pizza e pasta ITALIANA

n°8 | ottobre | 2020

www.pizzaepastaitaliana.it | anno XXXI



AZIENDE

— Sommario —

— Editoriale —

La nuova ristorazione

Giampiero Rorato

Il mondo dell'ospitalità e della ristorazione, che si esprime da oltre tre decenni anche attraverso questa rivista, non guarda solo all'interno delle proprie aziende, perché sa che l'andamento e lo sviluppo della propria attività dipendono, oltre che dal personale impegno di chi vi lavora, anche e in buona parte da fattori esterni e, in particolare, dal tipo di economia che si intende realizzare.
Il PIL, cioè il Prodotto Interno Lordo di un Paese, è un parametro considerato ormai sorpassato, anche se ancora molto considerato e celebrato, perché incide di più sull'aspetto economico e finanziario globale, sull'arricchimento di un Paese, che sul benessere e la felicità della gente. E chi opera nel mondo della ristorazione se ne accorge ancor prima degli altri. Non c'è dubbio che lo **"sviluppo"** dell'economia è alla base del benessere generale, e non in modo uguale per tutti e da un po' di tempo si è aggiunta un'altra parolina non ancora sufficientemente entrata nel nostro DNA, e cioè "sostenibilità", che significa rispettare l'ambiente in cui viviamo e, più in generale, il pianeta, senza depauperarlo semmai arricchendolo e sviluppando le sue potenzialità. Si va verso la "green economy", vero un mondo sempre più "verde", cioè "più pulito", nel quale si deve operare per conservare i ghiacciai, conservare l'acqua, eliminare le fonti di energia minerali, a cominciare dal carbone e dal petrolio, inquinare sempre meno l'atmosfera, in definitiva conservare e rispettare la natura come il buon Dio ce l'ha data in usufrutto, perché arrivi possibilmente migliore alle prossime generazioni.
Ma ancora non basta. Chi entra in un ristorante, in una pizzeria, in un agriturismo e simili per lo più non va solo perché ha fame, ma per **"godere"** un pranzo o una serata con la famiglia o con gli amici, per trascorrere un paio d'ore in serenità, in sostanza per star bene e questo vale (dovrebbe valere) anche il pranzo e la cena a casa. Per parametro viene oggi definita la parola **"sussidiarietà"**, vale a dire un risultato da raggiungere mediante gli altri due parametri, cioè per mezzo dello **"sviluppo sostenibile"**, convinti che una vita senza felicità sarebbe la condanna peggiore che può capitarci.
Questa rivista sta percorrendo questa strada, sostenendo la necessità di una nuova cultura riguardante il rapporto con l'ambiente e la terra, che deve essere rispettoso molto più di quanto il mondo sviluppato ha fatto negli ultimi due secoli, non per impoverirci, ma per garantire il futuro a noi e a figli e nipoti e i prodotti della terra devono servire a ottenere cibi sani, nutrienti e buoni, capaci di regalarci una vita più bella e felice. Per tutti, anche per chi fin qui è vissuto ai margini della civiltà e del benessere.

www.giampierororato.blogspot.com

COLOPHON

PIZZA E PASTA ITALIANA
Mensile di Pizza, Pasta, Enogastronomia e Cultura

Edito da **PIZZA NEW S.p.A.**
Autorizzazione Tribunale di Venezia n. 1019 del 02/04/1990
Anno XXX - n.8 Ottobre 2020
Repertorio ROC n. 5768

DIRETTORE EDITORIALE
Massimo Puggina
DIRETTORE RESPONSABILE
Giampiero Rorato
SEGRETARIA DI REDAZIONE
Caterina Orlandi
PUBBLICITÀ
Patrizio Carrer, Caterina Orlandi
RESPONSABILE PROGETTO
David Mandolin

REDAZIONE
Via Sansonessa, 49 - 30021 CAORLE (VE)
Tel. 0421/ 212348 - Fax 0421/81007
E-mail: redazione@pizzaepastaitaliana.it

www.pizzaepastaitaliana.it

PROGETTO GRAFICO
Manuel Rigo, Paola Dus, Elena Cazzuffi — *Mediagraf lab*

DIGITAL PUBLISHING
Maura Trolese — *Mediagraf lab*

IN COPERTINA
illustrazione di Matteo Signorelli

STAMPA MEDIAGRAF S.p.A.
Noventa Padovana (Pd)

COMITATO TECNICO E REDAZIONALE
Marisa Cammarano, Patrizio Carrer, Tony Gemignani (U.S.A.), David Mandolin, Gianandrea Rorato, Caterina Vianello, Caterina Orlandi, Stefano Buso, Alfonso Del Forno, Luciano Cescon.

AFFILIAZIONI INTERNAZIONALI
Pete La Chapelle (N.A.P.O. - Pizza Today, U.S.A.), P.M.Q. Steve Green (U.S.A.), P.M.Q. Russia, P.M.Q. Cina, Drew McCarthy (Canadian Pizza Magazine, Canada).

USPI
ASSOCIATO ALL'UNIONE ITALIANA STAMPA PERIODICA

PER LA PUBBLICITÀ SULLE RIVISTE:
ITALIA Pizza e Pasta Italiana;
U.S.A. Pizza Today, P.M.Q.

TEL 0421.83148 — FAX 0421.81007

PER INFORMAZIONI, SOTTOSCRIVERE UN ABBONAMENTO O RICHIEDERE UN ARRETRATO:

TELEFONARE AL NUMERO 0421 212348
dal lun. al ven.: 10:00 – 12:00 / 15:00 – 17:00

INVIARE UN FAX A 0421 83178
Servizio abbonamenti Pizza e Pasta Italiana

INVIARE UNA MAIL A: abbonamenti@pizzaepastaitaliana.it

L'abbonamento può avere inizio in qualsiasi momento dell'anno e dà diritto a ricevere 11 numeri della rivista. L'abbonamento andrà in corso dal primo numero raggiungibile.


SOFFIO

a cura di **David Mandolin**

prima pagina

Economia circolare: negli scarti della mela la nuova frontiera della nutraceutica

Un ingrediente da miscelare alla farina di grano per un pane a maggior contenuto di fibre o un integratore alimentare utile a contrastare i processi di ossidazione. Sono i due prodotti nati nel laboratorio Micro4Food dalla valorizzazione degli scarti della lavorazione della mela per la produzione industriale. Entrambe le linee di ricerca sono state sviluppate al parco tecnologico NOI di Bolzano dal team della microbiologa degli alimenti Raffaella Di Cagno e dal prof. Marco Gobbetti, microbiologi e docenti alla Facoltà di Scienze e Tecnologia.

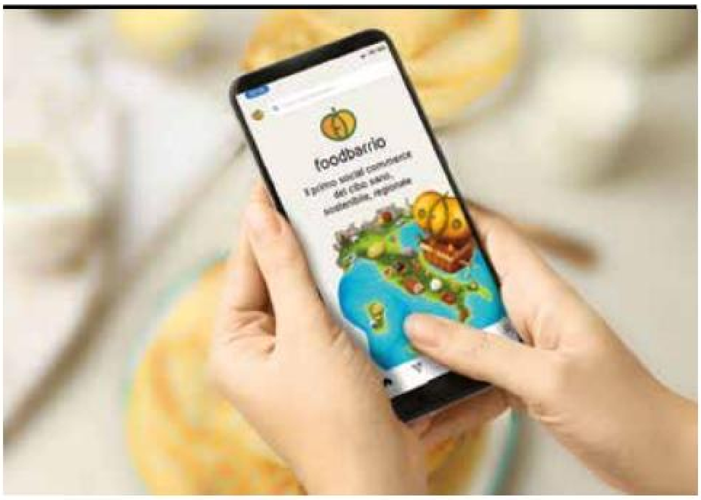
Si tratta di un ingrediente in polvere da aggiungere alla farina di grano per fortificare il pane, incrementandone la disponibilità di fibre, e di un integratore alimentare, anch'esso ricco di fibre e composti fenolici, quindi con proprietà antiossidanti e antiinfiammatorie.

La prima linea di ricerca è sfociata nella produzione di un ingrediente che, aggiunto alla farina di grano, consente di ottenere un pane dalle migliori qualità nutrizionali e a più lunga conservazione.

La seconda linea di ricerca consiste in un integratore alimentare (in pastiglie o in polvere). Dopo il processo di fermentazione, l'estratto ha dimostrato una marcata biodisponibilità di fibre totali e insolubili e di composti fenolici derivati dal metabolismo dei batteri lattici. Questi ultimi sono composti con notevoli proprietà antiinfiammatorie e capaci di catturare i radicali liberi, nocivi per le cellule umane.



Foodbarrio: il Social Commerce delle eccellenze gastronomiche



È nato Foodbarrio, il social commerce delle eccellenze gastronomiche. In Foodbarrio il produttore può creare la propria vetrina/bottega dove caricare tutte le proprie specialità senza limiti e iniziare a vendere online in Italia e, a breve, all'estero, in un solo giorno.

I produttori che si uniscono a Foodbarrio avranno accesso a una serie di servizi, tra cui un team dedicato a supporto, un social interno per interagire e rimanere in contatto con i propri clienti e l'accesso alla community degli amanti del cibo che animano l'app. Foodbarrio vuole essere anche un luogo di incontro virtuale che mette in contatto i cultori del buon cibo con i produttori regionali.

Gli artigiani del cibo potranno raccontarsi e farsi conoscere ad un pubblico che non può fisicamente entrare in contatto con loro e gli appassionati di specialità tipiche potranno vagare virtualmente per cantine, frantoi, caseifici, norcinerie e agriturismi, costruendo un vero e proprio rapporto con i produttori. I fondatori, riconoscendo margini più ampi ai produttori, si propongono anche di incentivare la sostenibilità delle realtà rurali, premiando la genuinità, la biodiversità dei prodotti e la trasparenza dei processi produttivi.

È ORA DI SCEGLIERE ITALIANO



a cura di **David Mandolin**

Cosmofood, 7 - 11 novembre a Vicenza

L'ottava edizione di Cosmofood, si svolgerà presso la Fiera di Vicenza dal 7 al 11 Novembre 2020.

Cosmofood è la manifestazione del Triveneto dedicata all'ospitalità e alla ristorazione fuori casa ed offre opportunità di condivisione, incontro e confronto e ispirazione per tutti i professionisti che operano nel food & beverage, retail & technology e nell'arredamento per interni ed esterni.

In un unico evento, due esperienze distinte ma complementari, dove gli operatori del canale Horeca e i Food lovers potranno soddisfare esigenze di business ed esperienziali, grazie alle due aree a loro dedicate: Foodservice e Gourmet.

Streeteat lancia Delivery Zone

Streeteat, app che che permette di ordinare il tuo piatto preferito in pochi click e di riceverlo in un locker ha ideato Delivery Zone, un nuovo luogo di aggregazione ispirandosi all'idea di una piazza post-moderna. L'idea è quella di mettere a disposizione dei clienti armadietti sparsi in città per poter ritirare, quando si vuole, i prodotti ordinati. Così funziona Delò Delivery locker ideata da Giuseppe Castronovo, founder e ceo di Streeteat.

Il concept prevede un mobile contenitore di 48 locker refrigerati posizionabile in qualsiasi ambiente nelle aziende che non hanno una mensa e che vogliono assicurare un pasto ai dipendenti senza che questi siano costretti a uscire dal luogo di lavoro. Gli iscritti al servizio possono scegliere via app tra 10 proposte di piatti consegnati quotidianamente e consumarli quando e dove vogliono. Ogni box è personale e il cibo è confezionato in ATP, ha una shelf life di una settimana e viene proposto con una bibita e un kit di piatti e posate compostabili.

I cibi sono prodotti da tre dark kitchen verificate e viene anche fornito, a richiesta, uno spazio arredato con tavoli e sedie e un corner per il microonde dove i lavoratori possono godere al meglio della pausa pranzo.



Dr. Schär Foodservice stringe una partnership con Eden Viaggi:

Colazione e piatti gluten free garantiti Schär presso le strutture a marchio Eden Village

Siglata la partnership tra Dr. Schär Foodservice, divisione dedicata al canale ho.re.ca. del Gruppo Dr. Schär, leader europeo del senza glutine, e EDEN VIAGGI, azienda operante nel turismo da 35 anni, parte del primo gruppo turistico italiano Alpitour World.

Grazie a questo accordo, presso gli EDEN VILLAGE gli ospiti che faranno richiesta in agenzia al momento della prenotazione, potranno usufruire di un'offerta gluten free targata Schär.

All'arrivo nella struttura, verrà consegnata una Welcome Box Schär by EDEN VILLAGE, che contiene una ricca selezione di 31 prodotti senza glutine dolci e salati che accompagneranno l'ospite durante l'intero soggiorno. A colazione, oltre ai prodotti contenuti nel kit, sarà possibile scegliere tra una vasta offerta di prodotti per la colazione a marchio Schär, tra cui le Fette Biscottate, le Crostatine e i Panini.

Italianità, servizio di alto livello e cura nel dettaglio sono le caratteristiche che accomunano Dr. Schär Foodservice e EDEN VIAGGI.

Questa partnership testimonia inoltre la crescente sensibilità verso una patologia in costante aumento in Italia, che ha raggiunto i 214.239 soggetti e con diagnosi in crescita del 9% ogni anno, secondo l'ultimo rapporto del Ministero della Salute.

a cura di **David Mandolin**

Valfrutta Granchef, ecco la Polpa da Pelati del Salento

Il gusto dolce e fresco dei pomodori lunghi della Puglia per una pizza unica ed eccellente. È quello che garantisce la Polpa da Pelati del Salento Valfrutta Granchef, nuova referenza dell'alta gamma di prodotti dedicata ai pizzaioli e ai professionisti della ristorazione che cercano la qualità, il servizio e la sicurezza della filiera italiana di Valfrutta composta da 14.000 agricoltori.

Ottenuta dai pomodori lunghi coltivati sotto il sole del Salento con tecniche agronomiche all'avanguardia e il ricorso alle energie rinnovabili, l'innovativa polpa racchiude tutto il sapore del vero pelato italiano raccolto e lavorato nell'arco di 24 ore, con una consistenza densa e cremosa che garantisce una resa elevata, perfetta sulla pizza e per preparazioni a breve cottura.

Disponibile nel bag in box da 5 kg, la Polpa da Pelati del Salento Valfrutta Granchef offre tutti i vantaggi del formato in busta: dall'apertura facile e sicura allo smaltimento rapido (è impilabile in un piccolo spazio), passando per la possibilità di stoccaggio in frigorifero in modalità stand up grazie al peso ridotto dell'imballo.



Nel DL Semplificazione il POS unico per i buoni pasto: *approvato un emendamento che accoglie una battaglia storica della Fipe-Confcommercio.*

Finalmente anche i pubblici esercizi potranno leggere i buoni pasto elettronici su un unico dispositivo, a prescindere da quale sia la società emettitrice.

Le Commissioni Affari costituzionali e Lavoro hanno approvato due emendamenti al Dl Semplificazioni che fanno propria una battaglia storica di Fipe-Confcommercio.

"Quella del POS unico è una battaglia di semplificazione e modernizzazione che porterà importanti risparmi all'interno di un sistema costoso come quello dei buoni pasto. – sottolinea il Vice Presidente Vicario di Fipe-Confcommercio, Aldo Cursano – In questo momento di gravissima difficoltà per gli operatori del settore ogni euro risparmiato diventa vitale. È un risultato importante che ci auguriamo venga confermato anche nelle aule del Parlamento e auspichiamo nei prossimi mesi un ulteriore intervento del legislatore per ridurre drasticamente le commissioni che oggi toccano il 20%".

"Purtroppo – aggiunge Cursano– le distorsioni di questo sistema, come abbiamo denunciato più volte, non si limitano al Pos unico. La vera tassa occulta per i ristoratori è infatti rappresentata dalla scontistica sul valore nominale del buono pasto, imposta dalle gare al massimo ribasso condotte dallo Stato attraverso Consip alle società emettitrici, che poi lo scaricano per intero sugli esercenti. La nostra battaglia su questo ulteriore aspetto non si fermerà, ma per il momento apprezziamo la volontà della maggioranza di andare incontro a un settore martoriato dalla crisi post Covid.".


MOZZARELLA DI BUFALA
CAMPANA
LA BELLA CONTADINA
LA CONTADINA SOC. COOP. A R.L.
DENOMINAZIONE D'ORIGINE PROTETTA
Mozzarella di Bufala Campana
500g
Mozzarella di Bufala Campana
Denominazione di Origine Protetta
www.caseificiocooplacontadina.com
Via Andreozzi, 18 - Loc. Borgo Appio - GRAZZANISE (CE) ITALY - Tel. +39 0823 991850

Salviamo il nostro agroalimentare

Abbiamo in Italia dei veri tesori, difendiamoli e promuoviamoli come meritano

di Giampiero Rorato



Siamo tutti d'accordo nel considerare i prodotti agroalimentari italiani fra i migliori al mondo e alcuni sono delle vere e proprie eccellenze dalle caratteristiche assolutamente uniche e non copiabili. E questa convinzione aumenta e di molto quando si va all'estero e si incontrano le cucine locali. Ci sono chiaramente delle felici eccezioni che ci emozionano, ma di norma il livello qualitativa resta inferiore a quello che si trova in Italia. Se pensiamo al Parmigiano-Reggiano, figlio di una lunga e collaudata tradizione e della grande bravura dei casari che lo producono è chiaro che non può essere imitato, cioè prodotto con le medesime caratteristiche organolettiche e gustative fuori dall'area di produzione (anche se in Italia ne abbiamo di analoghi molto buoni come, per ricordarne due, il Padano e il Trentino), perché all'estero non esiste



questa tradizione, non ci sono casari con la cultura e la tecnica operativa dei nostri, non ci sono le severe regole produttive imposte dai nostri disciplinari.
Un analogo ragionamento può essere fatto per altri formaggi italiani, in particolare per quelli storici – e sono diverse centinaia – frutto di consolidate tradizioni locali e di regole operative che garantiscono la perfetta salubrità ed igienicità oltre a ben precise caratteristiche organolettiche e nutrizionali.
Questo tipo di considerazioni si estende facilmente ad altri prodotti, come l'olio extravergine d'oliva, i prosciutti, i salumi, i vini e l'aceto balsamico di Modena e Reggio, il riso italiano, tutti prodotti che il mondo ci invidia, non solo perché italiani ma perché sono di altissima qualità.
Poi ci sono altri prodotti che portano le insegne del "Made in Italy" e dei quali l'Italia va giustamente orgogliosa a cominciare dalla pasta. Ciò che rende straordinarie le paste italiane sono due caratteristiche: le farine seriamente selezionate e delle tecniche produttive che sono soltanto italiane e che caratterizzano il prodotto distinguendolo da ogni altri tipo di pasta prodotto all'estero.
Un ultimo accenno va fatto per i dolci: panettoni, pandori, panforti e diversi altri, come pure la biscotteria, sono straordinarie eccellenze italiane, anche per la materia prima impiegata, per lo più di alta e altissima qualità.
Basterebbero i prodotti che abbiamo fin qui ricordato – ma ce ne sono molti altri, anche tra gli ortaggi e la frutta – per capire l'enorme valore dell'agroalimentare italiano, molto richiesto anche all'estero, anche se all'estero si trovano sul mercato prodotti apparentemente simili a quelli italiani, venduti come italiani, ma che di italiano non hanno assolutamente nulla.



Il valore di questo colossale imbroglio commerciale è così enorme che, se si potesse eliminare, non solo il settore agroalimentare italiano sarebbe molto più ricco, ma lo stesso bilancio dello stato sarebbe positivo potendo progressivamente ridurre il debito pubblico

- circa 2500 miliardi di euro - che grava sulle tasche delle generazioni che verranno.
Come rimediare a questa situazione, cioè come eliminare l'imbroglio dei prodotti vergognosamente copiati e venduti per italiani ma che nulla hanno a che fare con le vere caratteristiche dei prodotti italiani autentici?



Come rimediare?

Questo taroccamento viene chiamato "Italian Sounding", e se è difficile eliminarlo se non intervengono delle apposite leggi emanate dagli Stati dove operano aziende che producono falsi prodotti italiani, è tuttavia possibile combatterlo ed eroderlo e, a nostro avviso, al di là dei possibili interventi dello Stato italiano, abbiamo due possibilità:

1 Innanzi tutto privilegiare per le nostre attività – ristorazione collettiva, ristorazione tradizionale, pizzerie, cucine di casa – i prodotti italiani, ricorrendo ad analoghi prodotti esteri solo quando mancano i prodotti italiani. Infatti, se nella ristorazione vengono impiegati prodotti esteri, che idea si possono fare i turisti che arrivano in Italia e si trovano sul tavolo del ristorante dell'olio d'oliva spagnolo? Evidentemente pensano che l'olio d'oliva spagnolo sia migliore dell'italiano (anche se ce ne sono di buoni, ma rari), per cui tornati a casa acquisteranno non l'olio evo italiano ma quello spagnolo o algerino e altro ancora.



2 L'Italia ha in tutto il mondo delle Associazioni di emigranti che si riferiscono alle singole province italiane. Si tratta di un esercito di italiani o figli di italiani all'estero che non è inferiore agli abitanti attuali della nostra penisola. Attraverso le Associazioni degli "Italiani nel Mondo" è possibile compiere un'opera di corretta informazione e di promozione dei veri prodotti agroalimentari italiani, con indubbia enorme vantaggio per il vero agroalimentare italiano. Delle Associazioni sono già impegnate su questo fronte ed essendo spesso aiutate in Italia dagli Enti pubblici, sarebbe doveroso che tutte conducessero una battaglia a difesa della qualità e dell'immagine dei prodotti italiani.
Convinti che in casa nostra abbiamo autentici tesori, questa strada dovrebbe essere percorsa con più coraggio e determinazione da tutti, comprese le istituzioni ufficiali italiane all'estero. E basterebbe abbassare ogni anno anche di una piccola percentuale l'Italian Sounding, per scoprire che dobbiamo produrre più olio evo, più formaggi, più pasta, con indubbio beneficio per il mondo agricolo e per il bilancio dello Stato.

LA MINISTRA ALLE POLITICHE AGRICOLE, ALIMENTARI E FORESTALI

SEN. TERESA BELLANOVA

PER PIZZA E PASTA ITALIANA



100 MILIARDI DI EURO

È questo il vero e proprio furto di identità che il made in Italy agroalimentare subisce ogni anno dal falso in giro per il mondo. Una cifra enorme, oltre il doppio del valore delle nostre esportazioni, che nel 2019 hanno superato la cifra record di 44 miliardi di euro.
È vero: ci copiano perché l'Italia è leader nella qualità e nella sicurezza alimentare, ma questa concorrenza sleale va combattuta. Ed è il motivo per cui fin dai primi giorni dal mio insediamento ho indicato la lotta all'Italian sounding, la difesa delle nostre identità e, contemporaneamente, la valorizzazione dei nostri prodotti sui mercati globali, la difesa delle nostre eccellente territoriali, in cima alla priorità di governo. Abbiamo per questo rafforzato i controlli del nostro Ispettorato repressione frodi, con risultati molto importanti nella lotta alle false denominazioni in Europa e sul web.
Dobbiamo fare ancora di più, portando le nostre autentiche produzioni in giro per il mondo. Ovviamente la pandemia rappresenta ancora oggi un freno imprevedibile, ma è adesso il tempo in cui progettare il rilancio dell'export.
In questa direzione ho voluto con forza che l'agroalimentare fosse protagonista del Patto per l'export del governo e sono convinta che, delle risorse a disposizione, il nostro settore debba avere una quota decisiva per scrivere pagine importanti di rilancio e riposizionamento. Per dire ai cittadini stranieri, nella certezza che sono i consumatori i nostri migliori alleati: comprate e gustate l'originale, perché l'Italia fa bene.
Allo stesso tempo è importante sostenere le nostre filiere nel migliorare i rapporti tra loro, puntando sul 100% italiano dal campo fino alla tavola. In questo, ad esempio, nel settore della pasta abbiamo esempi straordinari, che sono stati favoriti anche dalla nostra scelta di dare massima trasparenza imponendo l'obbligo di indicare l'origine del grano.

ABBIAMO DAVANTI SFIDE CRUCIALI E L'ITALIA PUÒ GIOCARE UN RUOLO GUIDA A TUTTI I LIVELLI.

ICQRF:

LE ISTITUZIONI A TUTELA DELLA QUALITÀ E NEL CONTRASTO ALLE FRODI NELL'AGROALIMENTARE

LA NOSTRA INTERVISTA AL DOTT. STEFANO VACCARI, CAPO DIPARTIMENTO



IN FOTO
Il Dott. Stefano Vaccari

A cura di David Mandolin

L'acronimo ICQRF significa Ispettorato Centrale a tutela della Qualità e Repressione Frodi dell'agroalimentare. **È un Dipartimento sotto l'egida del Mipaaf (Ministero delle Politiche Agricole e Forestali)** ed il suo ruolo è fondamentale ed imprescindibile per la tutela dei nostri prodotti, quelli che arrivano sulle nostre tavole e quelli che vengono trasformati o serviti da ristoratori e pizzaioli di tutto il mondo, a tutela degli operatori e dei consumatori.
È fondamentale comprendere come la difesa del Made in Italy debba necessariamente partire sia dalla consapevolezza di un fenomeno esteso all'estero ma anche in patria, sia dalla professionalità del ristoratore, vero ambasciatore de facto delle nostre eccellenze, il quale deve pretendere e trasformare prodotti trasparenti, a norma e salubri.

Ci può descrivere i campi di attività del dipartimento ICQRF e che obiettivi si pone?

Con oltre 55mila controlli annui l'ICQRF è il principale controllore del food in Italia e una delle maggiori autorità mondiali in materia di controlli agroalimentari. Tra i suoi numerosi compiti a livello nazionale ci sono: prevenzione e repressione delle frodi nel commercio dei prodotti agroalimentari e dei mezzi tecnici di produzione per l'agricoltura; vigilanza sulle produzioni di qualità registrata (DOP, IGP, Bio); contrasto alla commercializzazione irregolare dei prodotti agroalimentari introdotti da Stati membri o Paesi terzi e dei fenomeni fraudolenti che generano situazioni di concorrenza sleale tra gli operatori e danneggiano il corretto funzionamento degli accordi interprofessionali.

A livello europeo e mondiale, l'ICQRF è Autorità italiana che protegge le produzioni di qualità nazionali, contrastando le contraffazioni anche al di fuori dei confini nazionali.
L'ICQRF svolge inoltre controlli sul web per la tutela delle produzioni di qualità italiane: *è forse l'unica autorità antifrode nel food a livello mondiale ad avere cooperazioni operative con Alibaba, eBay e Amazon. Con 6 laboratori, tutti accreditati UE, grantisce inoltre controlli analitici su migliaia di prodotti all'anno.*

ICQRF – BLOCCO VENDITE 2019 SULLE PIATTAFORME WEB PER PRODOTTO

Fonte
ICQRF

PRODOTTO TUTELATO	CASI (N.)	DI CUI, EBAY	AMAZON	ALIBABA
Toscano (olio EVO)	81	75	6	
Prosecco	61	13	47	1
Molise (olio EVO)	27	27		
Parmigiano Reggiano	26	9	4	13
Sicilia (olio EVO)	18	18		
Terra di Bari (olio EVO)	16	14	2	
Salamini Italiani alla Cacciatora	12	12		
Capocollo di Calabria	10	10		
Pecorino Toscano	9	8	1	
Pecorino Siciliano	9	9		
Pancetta di Calabria	8	8		
Salsiccia di Calabria	7	7		
Soppressata di Calabria	6	6		
Arancia di Ribera	5	5		
Aceto Balsamico di Modena	5	5		
Arancia del Gargano	4	4		
Gorgonzola	4	3	1	
Aglianico del Vulture	3	3		
Pecorino Crotonese	3	3		
Montepulciano d'Abruzzo	3	2	1	
Ciauscolo	2	2		
Collina di Brindisi (olio EVO)	2	2		
Cioccolato di Modica	2	2		
Cipolla Rossa di Tropea Calabria	2	2		
Wine kit	2	2		
Castel del Monte	2	2		
Limone Femminello del Gargano	2	2		
Farro della Garfagnana	1	1		
Pomodorino del Piennolo del Vesuvio	1	1		
Pecorino Romano	1	1		
Barolo	1	1		
Cipolla bianca di Margherita	1	1		
Colli Orientali del Friuli	1	1		
Caciocavallo Silano	1	1		
Delle Venezie	1	1		
Prosciutto di Parma	1	1		
Totale	**340**	**254**	**65**	**21**

ICQRF

VI RIPORTIAMO ALCUNI ESEMPI CONCRETI DI PRODOTTI CONTRAFFATTI E BLOCCATI DALL'ATTIVITÀ DEL MINISTERO



SOPRA
Prodotto evocante il Parmigiano Reggiano DOP esposto alla Fiera ANUGA di Colonia (Germany).
FONTE ICQRF

Raffrontando il 2019 con il primi 6 mesi del 2020, vi sono tendenze differenti o le problematiche che affrontate sono sempre le stesse?

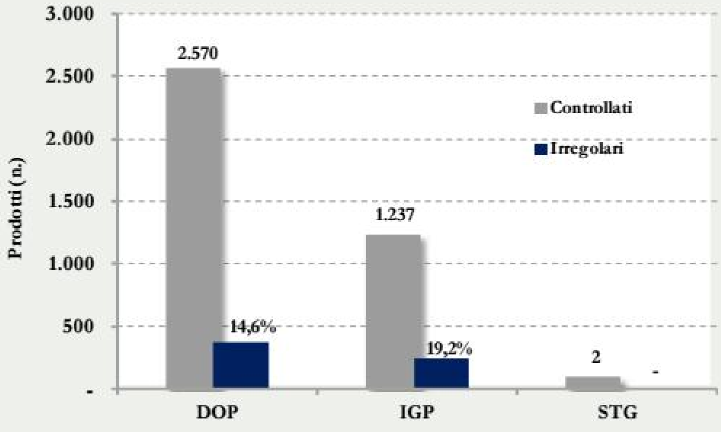
I primi sei mesi del 2020 sono stati caratterizzati dall'emergenza COVID e il settore agroalimentare italiano è stato decisivo per affrontare il lock down e la crisi pandemica. Lo sforzo della filiera agroalimentare italiana è stato enorme per garantire, sotto la vigilanza del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, prodotti di qualità durante il lockdown. Alcuni dati produttivi del periodo febbraio-luglio 2020 lo evidenziano: oltre 5 milioni di cosce di prosciutto marchiate; 11,7 milioni di vaschette di prosciutto; 5,2 milioni di forme di formaggio marchiate e 15 milioni di kg di formaggio grattugiato; circa 2,7 milioni di litri di olio DO/IG; oltre 42 milioni di Aceto balsamico di Modena; 1,1 milioni di kg di riso, 7,8 milioni di kg di ortofrutta a DO/IG, 13,8 milioni di kg di Pasta.
Nel settore vitivinicolo, nel periodo febbraio-luglio, quindi in piena pandemia, sono stati certificati quasi 8,6 milioni di ettolitri di vino di qualità, l'equivalente di circa 1,15 miliardi di bottiglie! Il Prosecco, nelle sue tre denominazioni, è stato il vino più certificato: oltre 1,8 milioni di ettolitri, pari a circa 240 milioni di bottiglie. Non si è fermata neppure la filiera Bio dove, dal 1° febbraio 2020 hanno fatto il loro ingresso 3.143 nuovi operatori per una superfice pari a 165.757 ettari.

Sia pur in una difficile situazione operativa nei primi sei mesi del 2020 abbiamo effettuato ben 40.795 controlli antifrode sulla filiera agroalimentare, con 6.408 ispezioni direttamente presso gli stabilimenti di produzione. I tassi di irregolarità, sia per le attività ispettive che per quanto concerne le attività analitiche, sono stati in linea con gli indici registrati nei mesi precedenti.
A dimostrazione che il Sistema agroalimentare italiano, pubblico e privato, pur nella difficoltà delle condizioni, ha retto l'emergenza ed è pronto per la ripresa!

A DESTRA
Prodotto evocante il Parmigiano Reggiano DOP in vendita presso la GDO a Tbilisi (Georgia).

Vino frizzante generico venduto alla spina evocante le denominazioni Prosecco.
FONTE ICQRF

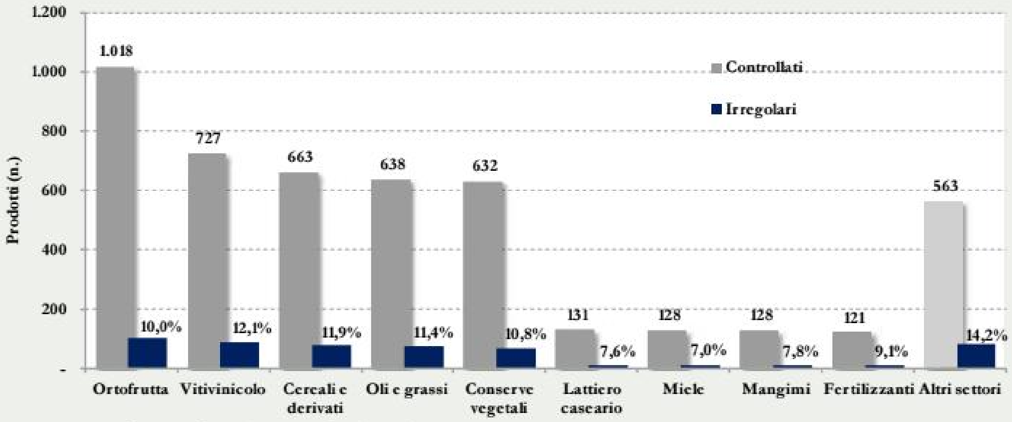
ICQRF - PRODOTTI A DOP, IGP E STG CONTROLLATI E % IRREGOLARITÀ*



Che peso ha il commercio on line nella diffusione di prodotti contraffatti?

Il mercato on line è da alcuni anni per noi un mercato ordinario: viene controllato con la stessa intensità e attenzione del mercato tradizionale. Oggi la possibilità di incorrere in truffe nell'e-commerce, specie sui grandi market place internazionali è la stessa, se non inferiore, che si ha nella grande distribuzione tradizionale. Il mercato ha infatti rapidamente selezionato gli operatori più affidabili e la velocità di confronto tra i clienti offerta su internet rende sempre più sconveniente offrire prodotti di scarsa qualità sul mercato digitale.

ICQRF - PRODOTTI BIOLOGICI CONTROLLATI E IRREGOLARI* NEI PRINCIPALI SETTORI MERCEOLOGICI



* comprese le irregolarità documentali e di etichettatura





Che ruolo ha e potrebbe ulteriormente avere il ristoratore - che acquista, trasforma e somministra le materie prime - come ulteriore argine ai prodotti contraffatti? E come?

La ristorazione e i ristoratori sono decisivi. Sia nel garantire la qualità ai loro clienti, portando il made in Italy e la sua eccellenza nel mondo, sia nel sostenere reputazione dei prodotti agroalimentari. I ristoratori sono veri e propri Ambasciatori della qualità e del gusto. Un professionista preparato, che sa riconoscere, ad esempio, il diverso livello qualitativo dei cibi certificati a indicazione geografica (DOP e IGP) offrendo i veri prodotti e non le imitazioni è un alleato fondamentale, indiscutibile, per lo sviluppo della filiera italiana agroalimentare.

Che strumenti ha il ristoratore per capire la reale origine di un prodotto? Quali le ulteriori iniziative legislative possibili per aiutarlo in tal senso?

I sistemi di certificazione riconosciuti dall'UE, a cominciare dalle Indicazioni geografiche e dal Biologico, rappresentano un'importante garanzia per il ristoratore di offrire un prodotto che ha superato numerosi controlli ed è caratterizzato da una tracciabilità superiore ai prodotti convenzionali. Inoltre la materia prima del territorio, con la conoscenza diretta dei produttori e la conseguente fornitura senza intermediari, è un altro punto di forza. Il produttore che "ci mette la faccia" offre una garanzia importante di qualità e origine e può aiutare il ristoratore anche a offrire suggestioni e informazioni per migliorare l'offerta ai clienti.

Il recente Fondo per la filiera della Ristorazione, fortemente voluto dalla Ministra Bellanova, e che ha una disponibilità di 600 milioni di euro, è un segnale di attenzione importante verso i ristoratori che scelgono prodotti di qualità e del territorio.

RINGRAZIAMO IL DOTT. VACCARI PER LA SUA DISPONIBILITÀ E PER IL PREZIOSO LAVORO CHE ASSIEME A TUTTO IL DIPARTIMENTO ICQRF SVOLGE A TUTELA DEI PRODOTTI E DEI PRODUTTORI SANI, ONESTI E TRASPARENTI A VERA TUTELA DEL MADE IN ITALY.



IN FOTO
Vigne di
Chianti

ICE

A SOSTEGNO DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL

MADE IN ITALY:

IL CONTRIBUTO DELL'UFFICIO AGROALIMENTARE E VINI

DELL'ICE-AGENZIA PER LA PROMOZIONE ALL'ESTERO E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE

Nella nostra inchiesta a 360° sul Made in Italy, che nelle pagine successive vedrà un approfondimento dedicato all'*Italian Sounding* ed al fenomeno della contraffazione alimentare, abbiamo ritenuto importante raccogliere il contributo dell' ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, organismo vigilato dal Ministero degli Affari Esteri e la Cooperazione internazionale attraverso cui il Governo italiano favorisce il consolidamento e lo sviluppo economico-commerciale delle nostre imprese sui mercati esteri attraverso 78 presenze tra Uffici e Punti di Corrispondenza in 66 paesi .

Ricordiamo ai nostri lettori che l'ICE-Agenzia ha come obiettivi lo sviluppo dell'internazionalizzazione delle imprese italiane e la commercializzazione dei beni e servizi italiani nei mercati internazionali e la promozione dell'immagine del prodotto italiano nel mondo.



L'ITALIAN SOUNDING,

cioè l'utilizzo improprio di parole, colori, località, immagini, denominazioni e ricette che richiamano l'Italia per alimenti che però non hanno nulla a che fare con il sistema produttivo italiano, è un fenomeno di portata mondiale che colpisce principalmente i prodotti agroalimentari italiani, per il loro alto valore intrinseco dovuto alla buona reputazione che la "buona tavola" e il turismo enogastronomico italiani hanno nel resto del mondo. Tale fenomeno danneggia una parte sempre più consistente dell'economia italiana e delle esportazioni agroalimentari, dall'olio d'oliva ai formaggi, dai salumi e dalla pasta ai vini.
I paesi maggiormente "colpevoli e allo stesso tempo colpiti" dallo sfruttamento del "fake" Made in Italy sono gli Stati Uniti, Canada, Australia, America Latina e in diversi altri mercati, inclusi quelli europei (Germania, Spagna, Francia ecc).
Più di due prodotti su tre venduti nel mondo come italiani non lo sono ed il fenomeno è in crescita esponenziale. L'*Italian Sounding* spesso si avvale dell'esperienza e delle conoscenze produttive di emigranti italiani – è infatti maggiormente diffuso proprio nei Paesi che hanno rappresentato le tradizionali mete storiche di emigrazione e dove le comunità italiane sono più radicate – e costituisce una delle principali cause della ridotta incidenza dell'export italiano sul fatturato (poco meno del 20% per l'Italia, contro una media europea del 22% e contro il 26% di Francia e il 28% di Germania), perché consente ad alcune aziende locali di avere un vantaggio competitivo che non meritano, producendo a prezzi più bassi ma collocando il prodotto su fasce superiori di prezzo grazie al richiamo all'italianità.

Per contrastare il fenomeno in tempi “non Covid”, le principali azioni di contrasto realizzate sono state le seguenti:

1. *potenziamento della partecipazione a manifestazioni fieristiche e rafforzamento delle relazioni con i principali attori del canale ho.re.ca. e della GDO per favorire l’ingresso e la permanenza sui mercati esteri di prodotti autenticamente italiani.*

2. *realizzazione di campagne educative di informazione e comunicazione sul vero valore del prodotto “realmente” italiano al fine di rendere edotto e tutelare il consumatore finale.*

3. *la conclusione di accordi commerciali bilaterali In tale contesto, l’ICE-Agenzia ha puntato principalmente sulla “comunicazione in-formativa”. Educare nel tempo il consumatore migliorando la conoscenza dei prodotti italiani e quindi di conseguenza incrementare le vendite e contrastare il fenomeno dell’Italian Sounding.*

È stato quindi creato, dal Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali e dall’ICE Agenzia, un segno distintivo denominato “Extraordinary Italian Taste”, utilizzato in tutte le manifestazioni promozionali sia in Italia che all’estero, nonché in tutte le campagne di comunicazione.



Un’ulteriore iniziativa per valorizzare il prodotto Made in Italy all’estero riguarda l’organizzazione ogni anno di diverse missioni di incoming in Italia di buyer, importatori nonché giornalisti e blogger provenienti dai vari mercati esteri. Poi è arrivata la pandemia e ovviamente alcune modalità di supporto e sostegno sono necessariamente cambiate.
In questo periodo di estrema incertezza e di grosse limitazioni nel viaggiare infatti è in via di definizione una nuova grande campagna di comunicazione in 26 paesi con i seguenti obiettivi:

- rilanciare l’immagine dell’Italia con una vera e propria promozione di *“nation branding”* in grado di attrarre risorse, anche umane, ed investimenti;
- sostenere le esportazioni italiane, attraverso il rilancio dei settori economici più colpiti dall’emergenza Covid-19 e ridare, al contempo, slancio al settore turistico;
- ampliare e diversificare i mercati esteri di riferimento per le PMI italiane, in aggiunta ad un’azione di consolidamento della presenza del nostro export in quelli più tradizionali.
- I principali destinatari della campagna di comunicazione saranno opinion leader, imprenditori, pubblico giovanile, consumatori ad alto potenziale, da differenziare Paese per Paese.

Inoltre, è stato intensificato l’impegno nel concludere accordi distributivi con le più rinomate reti della GDO sia fisiche che digitali (online) al mondo. L’obiettivo primario è quello di incrementare la riconoscibilità e la visibilità dei prodotti autentici italiani per aumentarne la distribuzione e le vendite oltre a quello di riuscire ad agganciare i trend della domanda in atto nel mondo, a cominciare da quello che riguarda l’e-commerce.
Secondo la ricerca ICE-Prometeia, la ripresa degli scambi mondiali nel 2021 sarà guidata dall’aggregato degli Emergenti Asia (Cina in testa), complice anche il maggiore utilizzo dell’e-commerce in questi paesi che potrebbe diventare strutturale, agendo da volano per gli scambi, soprattutto nell’ambito dei beni di consumo.

Ci pare di aver ben chiarito per i nostri lettori sia cos’è l’ICE Agenzia, sia la situazione del commercio italiano con l’estero e quanto incidano negativamente quei sistemi di vera e propria truffa esercitata da certi imprenditori, soprattutto esteri, sui veri prodotti italiani e sull’economia italiana.

A SINISTRA
Prodotto italian sounding

MADE IN ITALY E TRACCIABILITÀ: IL RUOLO DEL **CODICE A BARRE**

A cura della redazione in collaborazione con GS1 ITALY

60 milioni di italiani (e miliardi di persone nel mondo) lo usano. 365 giorni l'anno, h24, Eppure, pochi se ne accorgono, benché sia stato inserito tra le 50 cose che hanno cambiato le sorti dell'economia moderna. È il codice a barre GS1, che da 45 anni consente alle aziende di identificare e accompagnare i loro prodotti in tutto il mondo, permettendone la tracciabilità, condividendone le informazioni e riducendo così errori e problemi lungo tutta la filiera.
Oggi il codice a barre – 46 anni di vita - è la "lingua del business" più diffusa al mondo: è parlata da oltre un milione di imprese che, grazie a questo piccolo simbolo, dialogano senza bisogno di un "traduttore". Il ruolo del codice a barre, che viene dato per scontato, è fondamentale per molti aspetti ma ancor più perché permette di tracciare la filiera dei prodotti agroalimentari italiani – per restare nel nostro campo – e sembra impossibile immaginare un mondo senza : ha dato un linguaggio comune al mondo delle imprese, rivoluzionando il modo di gestire le transazioni commerciali e tutti i passaggi operativi e logistici della filiera.
Questo segno grafico, composto da 13 barre verticali (a ciascuna delle quali corrisponde una cifra), è considerato a tutti gli effetti una delle invenzioni più significative, diffuse e popolari della storia dell'economia moderna: ha saputo rivoluzionare prima il commercio, poi altri settori, anche online. Ed è tuttora protagonista della supply chain.

I NUMERI DEL **CODICE A BARRE**

13 sono le cifre che compongono il modello più diffuso di codice a barre GS1.

40-200 scansioni al secondo: è la velocità di lettura degli scanner laser che leggono il codice a barre.

1 SU 1 MILIONE è la probabilità massima di errori durante la lettura scanner del codice a barre. Oltre 150 sono i paesi in cui è usato il codice a barre GS1.

35 MILA sono le aziende che aderiscono a GS1 Italy e hanno adottato il codice a barre nel nostro paese.

Da quest'anno vi è un nuovo progetto: rendere la filiera del food service più efficiente grazie alla digitalizzazione dei processi e delle informazioni sui prodotti, alla condivisione di questi dati tra gli operatori e alla nascita di una community collaborativa. «L'emergenza Covid 19 ha provocato il 'salto digitale' del fuoricasa, velocizzando un processo già in atto, e adesso è il momento propizio per promuovere l'utilizzo di strumenti e di standard che possano rendere più efficienti le relazioni tra le imprese» afferma Paolo Cibien, foodservice engagement manager GS1 Italy. «Alla luce di quanto sta avvenendo, crediamo che nell'arco di



cinque anni la filiera del foodservice in Italia arriverà ad adottare gli standard e i servizi di GS1 con livelli analoghi a quelli del largo consumo».
Il progetto di GS1 Italy per il foodservice è stato sviluppato grazie a un lungo lavoro preparatorio, condotto sotto la guida di un advisory team, di cui fanno parte alcune delle aziende più rappresentative del settore. Il primo gruppo di lavoro è dedicato alla creazione di un linguaggio condiviso e che va costruito tramite due strumenti - l'albero delle categorie foodservice e la segmentazione dei punti di consumo – indispensabili per migliorare la rappresentazione, l'analisi e la "lettura" del foodservice.
Una seconda area di lavoro riguarda la tracciabilità e la sicurezza alimentare, identificando le informazioni che si vogliono veicolare lungo la filiera attraverso standard comuni.
Tra gli altri fronti prioritari individuati ci sono, poi, la codifica degli imballi, l'utilizzo dell'EDI per il ciclo dell'ordine e l'allineamento delle anagrafiche di prodotto, e la digitalizzazione del documento di trasporto.

GS1 Italy

GS1 Italy è l'associazione no profit che riunisce 35 mila imprese di beni di consumo. Ha l'obiettivo di facilitare il dialogo e la collaborazione tra aziende, associazioni, istituzioni per creare valore, efficienza, innovazione, per dare più slancio alle imprese e più vantaggi al consumatore. Offre soluzioni concrete come i sistemi standard GS1, il più conosciuto dei quali è il codice a barre, usato in Italia e in oltre 150 paesi al mondo e che permette lo scambio di informazioni tra Industria e Distribuzione con chiarezza, semplicità e senza errori.

ITALIAN SOUNDING E FRODE NEL SETTORE AGROALIMENTARE ITALIANO



SOPRA
Il dott.
Bazzana

A COLLOQUIO CON LORENZO BAZZANA, RESPONSABILE ECONOMICO COLDIRETTI

A cura di David Mandolin

Coldiretti con il suo milione e mezzo di associati è la principale organizzazione degli imprenditori agricoli sia a livello nazionale che europeo. È dunque un interlocutore privilegiato e indispensabile per poter approfondire nel modo corretto sia il fenomeno dell'Italian sounding che della frode alimentare, essendo i suoi associati direttamente interessati dal fenomeno.
Ne parliamo con il dott. Lorenzo Bazzana, responsabile economico nazionale dell'Organizzazione, che nell'ultima risposta fornisce uno spunto di riflessione molto importante e che potrebbe cambiare anche alcune logiche di mercato e di consumo relativamente al fuori casa.

Dott. Bazzana, può cortesemente descrivere per i nostri lettori i fenomeni dell'italian sounding e della contraffazione/frode alimentare? In cosa differiscono?

L'italian sounding lo possiamo descrivere come l'utilizzo sui prodotti alimentari di segni grafici (il Colosseo stilizzato, una statua), nomi (geografici e non), colori (il tricolore, l'azzurro…), etc. che cercano di suggerire una presunta italianità. La contraffazione/frode può riguardare le caratteristiche qualitative, igienico sanitarie, etc. del prodotto, ad esempio un olio lampante spacciato per extravergine. La situazione può riguardare più casi contemporaneamente come quando, ad esempio, viene falsificata l'origine italiana di un olio lampante spacciato per extravergine.

Qual è il valore economico del danno provocato da questi due fenomeni secondo le stime della Coldiretti?

Complessivamente si stima che il fenomeno "valga" oltre 100 miliardi di euro di fatturato, ma è una stima per difetto che vede una continua crescita del fenomeno, continuamente alimentato dalle diverse guerre commerciali che non fanno altro che



aumentare lo spazio ai falsi, limitando, bloccando, vietando, la libera circolazione dei nostri prodotti come nel caso dell'embargo russo o dei dazi americani. Ma anche accordi bilaterali, come il Ceta e il Mercosur, che sanciscono la possibilità di utilizzare nomi "italiani" contribuiscono a questo fenomeno.

L'impennata di commercio on line che è stata riscontrata in questi mesi ha influito?

Il lockdown ha determinato una crescita del commercio on line e, con l'aumento dell'utilizzo di questo canale, è lievitato lo "spaccio" di falsi prodotti italiani, grazie anche alla chiusura del canale Ho.Re.Ca.

Come incide questa situazione sul lato del produttore agricolo? Quali i rischi di breve, medio e lungo termine?

Ovviamente tutto ciò che inquina il mercato danneggia l'intera filiera del vero made in Italy, a partire dal produttore agricolo, che poi spesso è anche trasformatore, come nel caso del vino o dell'olio, dei formaggi, dei prosciutti o delle conserve vegetali. Basti pensare che le nostre esportazioni agro-alimentari hanno fatto segnare il record di 44,6 miliardi di euro nel 2019, dato ancora molto distante dai 100 miliardi di euro di cui abbiamo parlato sopra. I rischi sono quelli dell'omologazione, dell'indifferenziazione, della marginalizzazione del vero made in Italy.

Quali sono gli strumenti che suggerite come Coldiretti per contrastare il più possibile questi fenomeni?

Gli strumenti sono differenti in ambito UE ed Extra-UE. Se in ambito UE si è raggiunto un discreto livello di protezione grazie alle denominazioni di origine ed alla registrazione dei marchi, la situazione è molto più critica in ambito extra-UE e, purtroppo, recenti accordi bilaterali siglati dall'UE con paesi extra-UE creano pericolosi precedenti che minano l'identità dei nostri prodotti.





MULINO PADANO

GranEssere: il benessere delle fibre entra in una nuova dimensione del gusto.

Scopri le qualità uniche dei nuovi ingredienti evoluti e delle farine ad alto contenuto di fibre

Per il loro benessere i tuoi clienti ti chiedono impasti ricchi di fibre? Stupiscili con il gusto e le qualità uniche della nuova linea **GranEssere** di Mulino Padano: Crusca, Cruschello, Germe di grano e le farine GustoFibra, ottenuti con l'esclusivo metodo **StabilEasy - Natural Steam Stabilization.** Basato su un impiego totalmente **naturale** del **vapore**, StabilEasy preserva molto **più a lungo** i preziosi **benefici nutrizionali** ed esalta il **gusto** e **l'aroma** di ogni componente del chicco. Finalmente puoi offrire ai tuoi clienti tutto il **benessere** del grano e delle sue fibre valorizzando ancor più, con la tua creatività, il gusto di **ogni altro ingrediente** della tua pizza... sei pronto a stupirli?



A cosa deve prestare attenzione il consumatore per non dare spazio a questi fenomeni dannosi?

Il consumatore deve sempre verificare la reale identità di quanto acquista, utilizzando strumenti quali etichette, codici a barre, codici di rintracciabilità, ologrammi, blockchain e tutto quanto le nuove tecnologie mettono a disposizione, a cui si deve affiancare una costante azione di controllo da parte degli organi preposti, in ambito nazionale ed internazionale.



Cosa chiedete invece al ristoratore per non alimentare involontariamente frodi, contraffazioni e diffusione di finti prodotti italiani?

Crediamo che sia ora di prevedere, anche per la ristorazione, un sistema di etichettatura obbligatoria dell'origine degli alimenti. Non si capisce perché queste informazioni siano ritenute importanti per il consumatore e per la trasparenza del mercato negli acquisti al dettaglio e non siano viceversa da applicare quando si consuma fuori casa. La trasparenza è un valore che va di pari passo con la democrazia, mette il consumatore nelle condizioni di poter operare delle scelte consapevoli. Non è più sufficiente l'impegno di pochi che volontariamente forniscono queste informazioni, serve un obbligo per tutti.



IL PROSECCO DOC

UN OTTIMO VINO ITALIANO

INCONTRO CON LUCA GIAVI, DIRETTORE GENERALE DEL PROSECCO DOC

Intervista esclusiva a cura di Giampiero Rorato

Il mondo del vino Prosecco DOC, con il suo enorme traino economico, rappresenta da diversi anni ormai un importante fenomeno di studio, anche per capire come un vino italiano abbia potuto in pochi anni conquistare tutti i mercati del mondo. Non pensiamo di esaurire l'esame, ma cominciare ad affrontare questo tema con uno dei protagonisti del successo, il dott. Luca Giavi, direttore generale del Consorzio di Tutela del Prosecco DOC, cui abbiamo rivolto alcune domande, anche perché Il Prosecco DOC si sposa benissimo con la pizza, per la sua contenuta gradazione alcolica, la sua freschezza, il fascino delle sue bollicine, la sua capacità sgrassante, senza dimenticare che è sempre e comunque un bere che invita anche al piacere della compagnia e dell'amicizia.

Signor direttore, da un po' di tempo il vino Prosecco è sulla cresta dell'onda ed è richiesto in tutto il mondo. Per quanto riguarda l'area DOC che comprende una parte di Veneto e il Friuli-Venezia Giulia, qual è la produzione annua?

Nel 2019 sono state prodotte 486 milioni di bottiglie, che fanno del Prosecco DOC la prima DOC italiana, a volume e a valore.



In quanti Paesi del mondo arriva attualmente il Prosecco DOC?

I paesi che noi monitoriamo e dei quali abbiamo evidenza di un'attività di importazione di Prosecco DOC sono 153.

La pandemia in atto come ha inciso commercialmente ed economicamente sul Prosecco DOC che è una delle voci più importanti nel reddito agricolo del territorio?

La pandemia, fortunatamente, non ha inciso pesantemente sulla Denominazione nel suo complesso, quanto piuttosto su quelle aziende più orientate al canale Ho.re.ca. e al mercato italiano che, per ovvie ragioni, hanno sofferto maggiormente, anche se, il post lockdown ha fatto registrare una sensibile ripresa di alcuni momenti di consumo, come l'aperitivo, che vede nel Prosecco un must.



L'ultima novità è il Prosecco rosè, che corrisponde a una tendenza presente anche nello Champagne che privilegia il colore rosato nei vini con bollicine. Che ruolo potrà giocare questa variante nel mercato internazionale?

La scelta di normare all'interno del disciplinare del Prosecco DOC la versione rosè, più che un'esigenza di mercato, rappresenta un'occasione di chiarezza nei confronti dei consumatori. La maggioranza dei nostri produttori aveva già una referenza rosè che, una volta posta sul mercato veniva molto spesso indicata come "Prosecco", senza un'uniformità sui vitigni impiegati e sull'origine delle uve. Oggi, con la conclusione dell'iter di modifica del disciplinare di produzione, questi vini avranno modo di poter essere etichettati come Prosecco Doc distinguendosi, legalmente, dalle altre produzioni.
Sui mercati internazionali noi riteniamo che questa scelta avrà grande risalto (già in parte la ha avuta…) e consentirà anche di attrarre l'attenzione degli operatori su altri rosè italiani che, fino ad oggi, non hanno goduto dell'attenzione che meritano.

Come vede, signor direttore, il futuro del Prosecco, sia come vino tranquillo che come frizzante e spumante?

Nel futuro ritengo che la parte del leone verrà sempre di più giocata dallo spumante, anche se il frizzante, particolarmente nella versione rifermentata in bottiglia, sarà in grado di attrarre l'attenzione di alcuni operatori e di alcuni mercati che vedono gli spumanti gravati da accise.
Il tranquillo invece, a mio avviso, resterà un prodotto limitato a un consumo sostanzialmente locale.



Come colpisce il fenomeno dell'Italian Sounding e della contraffazione il vostro comparto ed i vostri consorziati?

La Doc Prosecco, negli ultimi anni, è indubbiamente diventata una delle denominazioni più colpite da fenomeni di Italian Sounding, imitazione e contraffazione a livello mondiale, solo nel 2019 abbiamo condotto più di 120 azioni legali e quest'anno stiamo riscontrando un incremento significativo delle misure di tutela attuate.
Le casistiche che ci troviamo ad affrontare sono varie e vanno dalla contraffazione e imitazione del nome Prosecco per identificare vini e bevande diverse dal vino, all'utilizzo della nostra denominazione per contraddistinguere i prodotti più disparati – dalle candele ai saponi oltre che caramelle, prodotti dolciari e molto altro – i quali, nella maggior parte dei casi, non sono fatti con Prosecco Doc.
Le contraffazioni e imitazioni determinano un danno economico al nostro sistema produttivo, in quanto questi prodotti si vanno a sostituire al Prosecco erodendo quote di mercato.

zanolliforni
Zanolli Forni e Macchine



Piace a: 20.385 persone

@zanolliforni: Zanolli presenta AVGVSTO: il forno che fa la Storia.
#zanolliforni #zanolliovens #zanolliaugusto #zanolliovensitaly ❤️

Visualizza tutti e 523 i commenti:

lorenzocollovigh: con AVGVSTO posso infornare le mie pizze su tutto il piano di cottura. Anche quelle più vicine alla bocca mi vengono perfette grazie all'AIR TRAP SYSTEM! 🍕

faccilapizza: quando ho visto la versione rossa mi sono innamorato. AVGVSTO è il forno d'atmosfera che mancava. 👍

pizzeriamambo: Dopo 41 anni di forno a legna, cambio vita. Con AVGVSTO mantengo la tradizione senza sentirmi il calore addosso e caricare legna. Lello

Dr. ZANOLLI s.r.l. - www.zanolli.it zanolli@zanolli.it



Inoltre, l'impiego della denominazione per identificare vini diversi e prodotti non vitivinicoli, oltre a confondere il consumatore, ha contribuito ad accrescere la banalizzazione della nostra denominazione.

Qual è il valore economico del danno provocato da questi due fenomeni?

In più occasioni abbiamo cercato di stimare questo dato il quale, tuttavia, non è quantificabile.

Quali sono le nazioni maggiormente interessate?

Ormai in moltissimi paesi abbiamo intrapreso azioni a tutela della denominazione, i più colpiti sono Regno Unito, Stati Uniti, Germania, Repubblica Ceca, Ucraina, ma non sono mancati casi neanche in Italia, India, Cina, Canada, Polonia, Bielorussia, Russia, oltre a Zambia e Sud Africa.

Quali sono gli strumenti e le modalità con cui operate per tutelare il Prosecco?

Il Consorzio svolge una capillare attività di controlli presso negozi, bar, ristoranti ma anche sui siti di vendita on line per rilevare eventuali fenomeni fraudolenti. Vengono poi attuate le azioni legali valutate più efficaci a seconda del Paese e del grado di protezione della denominazione. Il Consorzio inoltre si avvale della collaborazione del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, il quale grazie alla rete di collaborazione con le autorità europee e ad importanti protocolli di intesa siglati con importanti piattaforme di vendita on line, supporta efficacemente il Consorzio nel contrasto dei fenomeni di imitazione e contraffazione.

A cosa deve prestare attenzione il consumatore per non dare spazio a questi fenomeni dannosi?

Il consumatore deve accertarsi della autenticità del Prosecco quando lo ordina. Per fare ciò deve prestare attenzione all'etichetta, dove dovrà essere indicato "Prosecco Doc" e la provenienza italiana, oltre che alla bottiglia, nella quale, sul sistema di chiusura, dovrà esserci il contrassegno di Stato per i vini DOC. Inoltre, il Prosecco può essere prodotto e commercializzato solo in bottiglie di vetro, pertanto, se a fronte della richiesta di un Prosecco viene servito un vino alla spina o data una lattina di vino non si tratterà di Prosecco Doc. Il consumatore tutte le volte che si troverà di fronte ad una di queste situazioni dovrà pretendere che il vino corrisponda alle sue aspettative e potrà segnalare il problema al Consorzio, inviando una mail all'indirizzo tutela@consorzioprosecco.it.

Cosa chiedete invece al ristoratore per non alimentare frodi, contraffazioni e diffusione di finti prodotti italiani?

Ai ristoratori chiediamo di contribuire all'attività di protezione e salvaguardia del Consorzio comunicando e presentando in maniera corretta la nostra denominazione.
Raccomandiamo di fare attenzione a non somministrare come Prosecco vini diversi, in quanto, oltre a rischiare di incorrere in sanzioni, contribuiscono a compromettere l'immagine e la corretta percezione della denominazione a danno del consumatore finale e dei produttori.
Chiediamo inoltre alla ristorazione di fare attenzione a non identificare il nome "Prosecco" con un vitigno e di non designare con il termine "Prosecco" qualsiasi vino spumante.
Raccomandiamo quindi di attenersi a quanto riportato nelle etichette nella presentazione e vendita dei vini e per qualsiasi dubbio gli uffici del Consorzio sono a disposizione per fornire chiarimenti.

Grazie direttore della sua disponibilità che serve a chiarire anche ai nostri lettori un argomento di pregnante importanza.

Il Prosecco DOC che interessa buona parte del territorio veneto e l'intero territorio del Friuli Venezia Giulia è un bene prezioso, come del resto lo è il vino italiano, grande voce attiva nel commercio agroalimentare italiano. Da parte nostra ci auguriamo che anche nelle Pizzerie, oltre che nei ristoranti, nei bar e nelle enoteche, si serva l Prosecco DOC, a garanzia di sicura origine e qualità e di un bere sempre piacevole ed elegante.



I PROFESSIONISTI SONO ESIGENTI,
PER QUESTO NON SCENDIAMO A COMPROMESSI SULLA QUALITÀ.
Lilly
CODROIPO
ITALIA
ATTREZZATURE PER PIZZERIE
GASTRONOMIE E FAST FOOD
Oltre 400 articoli garantiti e a norme, rifiniti
nei dettagli e costruiti con i migliori materiali.
TOTALMENTE MADE IN ITALY
SOLE MIO
factory.futuracoopsociale.it
LILLY CODROIPO S.R.L.
via Lino Zanussi 7, 33033 Codroipo UD - ITALIA - tel. +39 0432 907166
www.lillycodroipo.com
info@lillycodroipo.com

INTERVISTA CON **IVANO VACONDIO,** PRESIDENTE DI **FEDERALIMENTARE**

A cura della redazione

In cosa differiscono i fenomeni dell'Italian Sounding e della contraffazione alimentare?

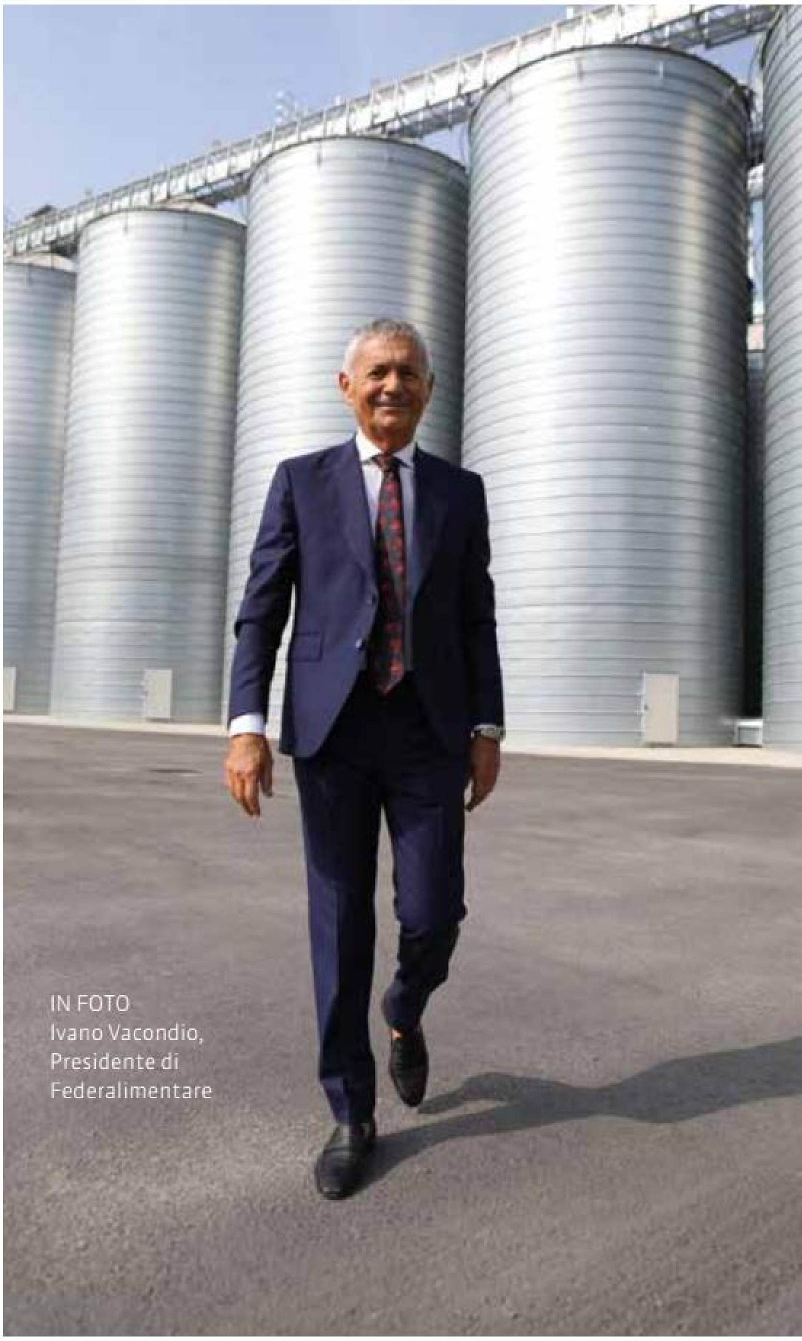
La contraffazione è una pratica illecita, perseguibile giuridicamente, che consiste in violazioni del marchio registrato, di indicazioni geografiche DOP/IGP e, più raramente, di brevetti. L'Italian sounding è invece un fenomeno molto più subdolo e impattante per il settore alimentare, in quanto difficilmente perseguibile sul piano legale, che consiste nell'uso di etichette o altri simboli o colori o figure sull'imballaggio, diretti a evocare l'italianità dei luoghi di origine della materia prima, della ricetta, del marchio o ancora del processo di trasformazione di prodotti che vengono interamente fabbricati all'estero.

Qual è il valore economico del danno provocato da questi due fenomeni?

L'evocazione tendenziosa e spesso caotica della falsa origine territoriale di un prodotto rappresenta per l'agroalimentare italiano un fenomeno particolarmente insidioso e difficile da perseguire in quanto non considerato illecito nella stragrande maggioranza dei Paesi: supera i 90 miliardi/euro l'anno la stima sul giro d'affari complessivo dell'Italian sounding (di cui 23 mld nei soli USA), con un tasso di crescita del 70% nel decennio 2007-2017. Se aggiungiamo la contraffazione, circa 8 mld/euro/anno, il giro d'affari del falso made in Italy alimentare raggiunge i 100 mld/euro/anno.

Quali sono e che caratteristiche hanno le nazioni/aree geografiche più interessate al fenomeno?

Le aree geografiche più interessate dal fenomeno dell'Italian sounding in alcuni casi coincidono con i principali mercati esteri di sbocco delle produzioni alimentari italiane, come accade per gli USA, primo mercato terzo per l'export del food&beverage made



IN FOTO
Ivano Vacondio,
Presidente di
Federalimentare

in Italy, dove si calcola che il valore dell'Italian sounding si aggiri sui 23 mld/euro/anno, un quarto del valore totale a livello globale.
In linea generale, i Paesi in cui il fenomeno assume proporzioni maggiori e più preoccupanti sono quelli interessati negli scorsi decenni da intensi fenomeni di emigrazione dall'Italia, dove spesso queste pratiche produttive sono portate avanti dai discendenti dei nostri migranti. Oltre ai mercati europei di Germania, Francia e UK, i Paesi terzi più coinvolti sono USA, Canada, Sud America, Australia.

Quali sono gli strumenti che suggerite per contrastare il più possibile queste situazioni? Quali alleanze con le varie categorie produttive?

Gli strumenti sono diversi e tutti rilevanti: stanziamento di risorse pubbliche per l'internazionalizzazione - pensiamo per esempio al Piano Straordinario di promozione del made in Italy nei Paesi chiave, emergenti e non; potenziamento e aumento dei DESK IPR - Intellectual Property Rights - dell'UE; costituzione di una rete di studi legali di riferimento all'estero; alta professionalizzazione del personale diplomatico; definizione di accordi bilaterali integrati da clausole per la lotta all'Italian Sounding; campagne educative di informazione e comunicazione rivolte al consumatore locale; contrasto alle contraffazioni sui siti commerciali on-line a tutela delle IIGG e del Made in Italy agroalimentare e vitivinicolo.
La convergenza contro l'Italian sounding e la contraffazione del food&beverage made in Italy è coesa e a 360° con tutti gli attori della filiera agroalimentare nazionale e trova piena consapevolezza e supporto da parte delle Istituzioni nazionali, dal MAECI con la rete di Uffici ICE, al MISE con l'UIBM, alla rete delle Camere di Commercio all'estero, al MiPAAF con l'ICQRF.

A cosa deve prestare attenzione il consumatore per non dare spazio a questi fenomeni dannosi?

Il consumatore dovrebbe imparare a distinguere i prodotti con particolare attenzione alla loro qualità, alle indicazioni riportate in etichetta e non ultimo anche al prezzo, in quanto spesso i prodotti IS, realizzati localmente, si collocano su fasce di prezzo più basse rispetto all'autentico made in Italy, in quanto - oltre a non subire eventuali imposizioni daziarie - godono di un indebito e strutturale vantaggio competitivo dovuto ai ridotti costi di produzione (economicità delle materie prime utilizzate, assenza di disciplinari di produzione) e ai ridotti costi dei servizi (trasporto).

Cosa chiedete invece al ristoratore per non alimentare involontariamente frodi, contraffazioni e diffusione di finti prodotti italiani?

La ristorazione italiana all'estero svolge un ruolo fondamentale di diffusione della nostra cultura enogastronomica e dei nostri prodotti alimentari nel mondo: i ristoratori italiani hanno un'importante responsabilità perché rappresentano uno dei principali canali per approcciare ed educare il consumatore straniero ad apprezzare gli autentici prodotti alimentari italiani, insegnandogli a distinguere il vero made in Italy alimentare dal fake. Anche per quanto riguarda la cucina italiana all'estero, è fondamentale che i nostri ristoratori - che si approvvigionano di prodotti realmente italiani - instaurino coi clienti un rapporto di fiducia e vicinanza che consenta loro di riconoscere le eccellenze qualitative del nostro Paese e rifiutare le imitazioni.

Può essere utile la tecnologia digitale per garantire tracciamento di una filiera Made in Italy a tutela di chi acquista?

Le tecnologie digitali possono rappresentare un valido aiuto per aiutare a contrastare fenomeni contraffattivi e di IS nei diversi canali di approvvigionamento e vendita - incluso l'e-commerce - in quanto costituiscono uno strumento in più a disposizione dei Distributori/Importatori e delle Autorità di controllo per individuare il falso made in Italy: in tal senso è importante proseguire lo sviluppo di strumenti affidabili e accessibili a tutte le Imprese, incluse le PMI, anche da un punto di vista di sostenibilità economica.

FEDERALIMENTARE IN BREVE

Federalimentare rappresenta, tutela e promuove l'Industria italiana degli Alimenti e delle Bevande, secondo settore manifatturiero che, con un fatturato annuo di oltre 137 miliardi di euro, contribuisce per l'8% al PIL nazionale. A Federalimentare aderiscono le Associazioni nazionali di categoria dell'Industria Alimentare, che associano quasi 7.000 imprese produttive con oltre 9 addetti, distribuite sull'intero territorio nazionale.


cameo
Professional
Nuove soluzioni professionali
per velocizzare le operazioni in cucina!
Stacca
Spray staccante
Dora
+ Dora Facile
Spray per prodotti da forno
Decora
+ Gelatina
Spray per dolci
400 ml
190 ml
190 ml
In pochi secondi una nebulizzazione omogenea per:
• ungere facilmente stampi da forno,
• dorare la superficie di un prodotto,
• ricoprire con gelatina.
Ideale anche per Vegetariani
Senza Glutine
free
Per maggiori informazioni:
SERVIZIO CONSUMATORI cameo
800-829170
www.cameo.it/contatti
www.cameo-professional.it



Il Grana Padano ed il Consorzio di Tutela

Si ringrazia il Consorzio per il materiale didattico e fotografico fornito



Storia

La storia narra che il formaggio grana della Pianura Padana sia nato attorno al 1135 fra le storiche mura di pietra dell'Abbazia di Chiaravalle, oggi situata nel Parco Agricolo Sud di Milano.

Qui, infatti, in apposite caldaie all'interno del monastero, antenato di un moderno caseificio, fu ideato dai monaci un processo di caseificazione di un formaggio duro e destinato a migliorare con il tempo attraverso le la stagionatura. I monaci lo chiamarono caseus vetus, formaggio vecchio.

Il popolo, che non aveva dimestichezza con il latino, gli diede un altro nome, derivato dalla particolarità della pasta, compatta ma granulosa. Così nacque il nome di formaggio di grana o più semplicemente grana.

Nel giugno del 1951, a Stresa, tecnici e operatori caseari europei siglarono una "Convenzione", nella quale fissarono norme precise in tema di denominazione dei formaggi e indicazioni sulle loro caratteristiche. In quella occasione vennero distinti il formaggio "di Grana Lodigiano", che poi è divenuto il "Grana Padano", e il "Parmigiano-Reggiano".

Si dovette però attendere il 10 aprile 1954, perché l'Italia stabilisse alcune norme sulla "Tutela delle Denominazioni di origine e tipiche dei formaggi".

Il 18 giugno 1954, su iniziativa di Federlatte (Federazione Latterie Cooperative) e di Assolatte (Associazione Industrie Lattiero-Casearie), nacque il Consorzio per la tutela del Formaggio Grana Padano, per riunire tutti i produttori, gli stagionatori e i commercianti di questo formaggio.

Nel 1996 il GRANA PADANO ha ottenuto il riconoscimento della Denominazione di Origine Protetta da parte dell'Unione Europea.

Il Consorzio di Tutela

Del Consorzio per la Tutela del Formaggio Grana Padano (CTFGP) fanno parte 129 caseifici produttori e 149 stagionatori. Sono inoltre autorizzate a confezionare Grana Padano in porzioni e alla grattugiatura 205 aziende. 19 sono le aziende autorizzate ad usare la DOP in prodotti composti elaborati e trasformati (CET). Ha ad oggetto la tutela e la promozione del formaggio GRANA PADANO e della relativa denominazione in Italia e all'estero, da realizzarsi «mediante il compimento di ogni attività e l'assunzione di ogni iniziativa all'uopo necessarie».

Il Grana Padano DOP



Il Grana Padano DOP si produce esclusivamente con latte crudo, proveniente dalla zona di produzione, parzialmente decremato per affioramento naturale, munto non più di due volte al giorno da bovine alimentate secondo regole precise e lavorato esclusivamente in caldaie in rame o con rivestimento interno in rame a forma di campana rovesciata, da ognuna delle quali si ricavano due forme.

Oltre al latte vi sono pochi altri ingredienti: sale, caglio, lisozima. Il lisozima viene aggiunto per controllare gli effetti dello sviluppo di fermentazioni indesiderate conseguenti all'eventuale presenza nel latte di spore di Clostridium tyrobutyricum prima del caglio: è una proteina naturalmente presente in elevata quantità nel latte di donna, nelle lacrime e nella saliva umana, estratto dall'albume dell'uovo di gallina. La presenza del lisozima non è prevista in tutte le tipologie Grana Padano presenti in commercio.

Il peso di Grana Padano non può mai essere meno di 24kg e mai sopra i 40kg, la crosta deve avere uno spessore compreso tra 4 e 8mm.

La pasta del formaggio stagionato è dura, finemente granulosa, presenta una frattura radiale a scaglia e un'occhiatura appena visibile. Il Grana Padano va collocato nella parte meno fredda del frigorifero, dove la temperatura si aggira normalmente attorno ai 8° e non va messo accanto ad altri formaggi dal sapore e dagli aromi diversi, poiché potrebbero contaminare le sue qualità organolettiche.

Affinché sia gustato al meglio si consiglia di tirarlo fuori dal frigorifero un'ora prima, scartarlo e lasciarlo "respirare" cosicché esprima la fragranza e il gusto. Va ridotto in scaglie solo al momento di servirlo per evitare che queste si asciughino.

Marchio di Riconoscimento

Ogni nuova forma ha in rilievo i marchi di origine: il quadrifoglio con impresso il numero di matricola del caseificio, la sigla della provincia e il mese e l'anno di produzione, e le piccole losanghe romboidali tratteggiate che riportano al loro interno alternativamente le parole "GRANA" e "PADANO".

Senza questo marchio, il formaggio non può essere denominato né commercializzato come Grana Padano DOP. Le forme che recano i marchi di origine "Grana Padano", ma al controllo finale non risultano conformi ai requisiti necessari, vengono sottoposte alla cancellazione dei suddetti marchi mediante "retinatura", cioè ricoperte da segni che mascherano rombi e quadrifoglio che identificano come Grana Padano un formaggio che non lo è diventato.

Controlli e verifiche – il Marchio a fuoco

Al nono mese le forme di Grana Padano sono esaminate con i tradizionali strumenti di controllo - il martelletto, l'ago e la sonda.

Accanto a queste procedure, si aggiunge la verifica organolettica sistematica sulle forme, in corso di approvazione dagli organi di controllo sul Disciplinare di Produzione.

Tutte le partite di formaggio devono rispettare precisi parametri quali la fragranza, la friabilità, la salubrità, la tessitura e l'intensità e soprattutto il gusto. Se superano tutte le prove, ricevono il marchio a fuoco, che garantisce la qualità "sana, leale e mercantile" del Grana Padano DOP; ad apporlo sulle forme sono i tecnici dei caseifici, sotto l'occhio dei funzionari del Consorzio di Tutela e su disposizione dell'ente certificatore (CSQA).

La riproduzione del marchio deve comparire su tutte le confezioni di grattugiato e di porzionato, garantendo così il consumatore che il formaggio contenuto può legittimamente fregiarsi della DOP "Grana Padano".

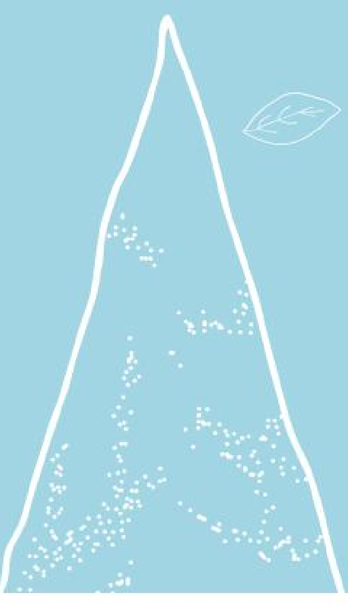
Il Consorzio Grana Padano in cifre

La produzione e gli addetti

Caseifici produttori: 129

Stagionatori: 150

N° addetti di tutto il comparto: 40.000



A colloquio con il Presidente, il dott. Renato Zaghini

Quali sono i dati aggiornati di produzione e vendita del Grana Padano?

Il 2019 ha chiuso con una produzione complessiva di 5.164.759 forme (+4,70% rispetto al 2018), il 42% di formaggio marchiato esportato ed un conseguente 58% consumato in Italia. Con 2.051.125 forme, l'export 2019 fa segnare una crescita del +4,38%. L'Europa, con 1.697.618 forme, ha assorbito quasi l'83% delle esportazioni di Grana Padano DOP, con un incremento del 4,54% rispetto al 2018. La Germania, con un incremento del 5,61% si è confermata il primo mercato per le esportazioni di Grana Padano DOP, con un totale di 549.562 forme. Al secondo posto assoluto la Francia con 231.188 forme e un incremento del 4,44%, mentre al terzo troviamo gli Stati Uniti con un +9,04% pari a 167.852 forme, davanti al Benelux (Belgio, Olanda e Lussemburgo) con 160.561 forme complessive (+2,41%). Nei primi cinque mesi del 2020, invece, come avevamo previsto, il lockdown europeo ha penalizzato l'export nei Paesi dove i consumi di Grana Padano avvengono prevalentemente nella ristorazione rispetto alle famiglie. Nel mese di maggio il calo è stato del 5,82%, dato inferiore comunque alle previsioni, con l'effetto di contenere l'aumento complessivo delle esportazioni da gennaio ad un +2,95%.

Nei cinque mesi dell'anno forte il recupero del Canada (+45,8%), ottimo l'andamento in Austria, Belgio e Olanda (+10% circa cadauno), buona la tenuta in Francia (+2,9%) e Germania (+2,6%) e lusinghiero il +7,2% della Svizzera che come quantità importate nel periodo la posiziona al pari di UK e USA con quasi 60.000 forme cadauna.

Vistosamente al primo posto tra i paesi importatori si conferma la Germania con oltre 230.000 forme seguita al secondo posto dalla Francia con circa 97.000 forme.

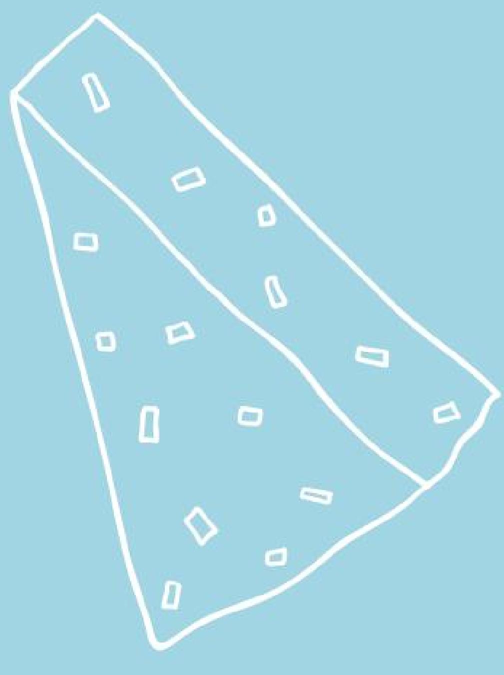
Come combattete il fenomeno Italian Sounding?

Il Grana Padano DOP è il prodotto più imitato al mondo, perché con 5.164.759 forme lavorate nel 2019 e un export di 2.051.125 forme è il più consumato nel mondo.

All'interno dell'Unione Europea, sono in vigore le stesse tutele previste in Italia per le produzioni a denominazione d'origine protetta.

Al di fuori della UE, l'unica strada percorribile è quella degli accordi bilaterali tra UE e altri paesi. Ne sono stati firmati con il Canada, il Giappone ed il Messico, dove scattano così protezioni simili a quelle in vigore nei paesi dell'Unione con ottimi risultati. Ci consente di fare controlli, pur se dobbiamo ottenere le autorizzazioni per farle. Anche negli Stati Uniti nel 2019 ne sono stati eseguiti, ma far riconoscere l'esclusività del marchio Grana Padano DOP è molto più difficile ed è soggetto alle norme statunitensi, che non prevedono tutele specifiche.

Indubbiamente la scelta del cliente è un'altra ottima arma per sconfiggere l'Italian Sounding. Per convincerlo puntiamo sulla comunicazione e sull'informazione sulla tradizione nella lavorazione e nella stagionatura, sulla qualità garantita che solo il marchio DOP garantisce, sulle sue caratteristiche nutrizionali e sul gusto del Grana Padano DOP, nelle sue varie stagionature. Importante in questa fase è la promozione nella ristorazione, soprattutto in quella di qualità, che in paesi dove il Grana Padano DOP vanta consumi significativi e storici, come in Germania, in Francia e nell'area del Benelux, si affianca a quella nei punti vendita.



LECAPRICCIOSE
FARINE PER PIZZA



AFFIDATI A MOLINO COSMA, MIGLIORA E CRESCI ASSIEME A NOI!
CONTATTACI PER FREQUENTARE LA NOSTRA ACADEMY

SCOPRI TUTTE LE NOSTRE FARINE SU MOLINOCOSMA.COM

MOLINO COSMA

Chef Raul Liu

GELATO al Grana Padano DOP con Tapioca al Mango e Pompelmo



Ingredienti

225 g formaggio fresco: (tipo Philadelfia)
200 g Grana Padano DOP grattugiato
250 ml latte
1 cucchiaio di succo di limone
150 g zucchero
1/3 cucchiaino di sale
120 ml panna

Procedimento :

Frullate il formaggio fresco, il Grana Padano, il latte, il succo di limone, lo zucchero e il sale in un frullatore per ottenere una crema densa. Trasferite in una ciotola, quindi incorporare la panna. Congelare la crema ottenuta nella macchina per il gelato. Trasferite in un contenitore ermetico e mettete in freezer a rassodare per almeno 2 ore. Lasciate ammorbidire il gelato 5 minuti prima di servire.



...per il Sago di Mango e Pompelmo

Ingredienti per il sago di mango e pompelmo:

Sago di Mango e pompelmo/ o pomelo

40g sago /o tapioca
2 mango maturi (circa 900g)
4 cucchiai di latte di cocco
3 cucchiai di panna
20g zucchero
1/4 pompelmo

Procedimento :

Portate a ebollizione una pentola d'acqua, aggiungete il sago.

Coprite e cuocete a fuoco lento per circa 15 minuti fino a quando le perle sono trasparenti ma hanno ancora una macchia bianca al centro.

Togliete dal fuoco e coprite per altri 5-10 minuti fino a quando non saranno completamente trasparenti.

Nel frattempo, preparate la frutta. Tagliate a cubetti la polpa del mango. Mettetene da parte 1/4 e il resto in un frullatore.

Aggiungete il latte di cocco e la panna. Frullate fino a ottenere una consistenza omogenea. Aggiungete un po' di zucchero, se preferite un po' più dolce.

Sbucciate il pompelmo quindi togliete delicatamente la pelle dagli spicchi.

Quando le perle di tapioca sono pronte, sciacquatele sotto l'acqua fredda. Scolate bene, poi dividete nelle ciotole, versateci sopra la purea di mango, quindi guarnire con i cubetti di mango rimanenti e il pompelmo.

Fate raffreddare in frigo prima di servire, poi servite con il gelato al Grana Padano.



Slow Food

Alleati per difendere l'eccellenza

di Antonio Puzzi,
Antropologo dell'alimentazione
e giornalista

Si scrive "Italian sounding", si legge "fregatura". È quanto accade nel mondo dell'agroalimentare, tempio dei prodotti italiani e della loro falsificazione.

Una stima di Coldiretti del 2019 fa ammontare a circa 100 miliardi di euro il valore del "falso Made in Italy" nel mondo. E quel che è peggio è che spesso sono proprio gli stessi Italiani a falsificare – anziché difendere e proteggere – le proprie specialità. Facciamo alcuni esempi: tutti i professionisti dell'agroalimentare e della ristorazione sanno che se vogliono avere in tavola una mozzarella di bufala campana Dop devono acquistarla da un produttore che aderisce al Consorzio di Tutela della mozzarella di bufala campana. Se invece acquisto un'ottima mozzarella, fatta con latte di bufala, fuori dal territorio di produzione (buona parte della Campania, piccoli tratti di Basilicata e Lazio) o anche all'interno del territorio di produzione ma da un caseificio che non aderisce al Consorzio, non potrò scrivere in menù "Mozzarella di bufala". E questo discorso vale per tutti i prodotti a marchio comunitario (Dop, Igp, Stg, Doc, Docg…), per i quali mentire non è solo una furbata ma fa rischiare grosso dal punto di vista delle sanzioni.

Questo stesso problema, però, riguarda ancor più quei prodotti non tutelati da marchi comunitari ma su cui operano progetti di salvaguardia e tutela, come i Presìdi Slow Food. I Presìdi Slow Food sostengono le piccole produzioni tradizionali che rischiano di scomparire, valorizzano territori, recuperano antichi mestieri e tecniche di lavorazione, salvano dall'estinzione razze autoctone e varietà di ortaggi e frutta. Un Presidio protegge un prodotto tradizionale e/o una tecnica tradizionale a rischio di estinzione ma anche un paesaggio rurale o un ecosistema che stanno per scomparire.



Per lavoro sono spesso in giro e altrettanto sovente mi è capitato di trovare indicati nei menù prodotti il cui nome è seguito dalla dicitura "Presidio Slow Food". Vi confesso che ho fatto scoperte sensazionali nel corso degli anni, leggendo di Presìdi inesistenti nella realtà o anche apprendendo che addirittura una pizzeria o un ristorante si autoproclamassero Presidio Slow Food. Facciamo un po' di chiarezza, dunque. Sono convinto che nella maggior parte dei casi questo avvenga in buona fede da parte del ristoratore che intende in tal modo dichiarare la sua distanza dal mondo del "fast food" ma il Presidio è un marchio registrato e quindi conviene fare attenzione. L'elenco dei prodotti che sono Presìdi Slow Food nel mondo è disponibile per tutti sul sito web www.fondazioneslowfood.com alla voce "Presìdi": qui si trovano anche i contatti dei produttori e dei referenti del progetto, oltre a tutte le schede tecniche. Sullo stesso sito è possibile trovare le schede dei prodotti dell'Arca del Gusto, ossia di prodotti a rischio d'estinzione per i quali però non è stato ancora possibile attivare progetti di tutela diretta. L'Arca del Gusto è un catalogo online che cresce giorno dopo giorno, raccogliendo la denuncia di chi vede i sapori della propria comunità scomparire, portando via un pezzo della cultura e della storia di chi li ha condivisi. Grazie al contributo di tantissime persone, siamo arrivati a oltre 5000 segnalazioni.

IN FOTO Nicola Fattibene con Carlotta Mattedi

I ristoratori allora sono chiamati a fare qualcosa di molto importante: non solo acquistare i prodotti dei Presìdi per fregiarsi di un marchio o di un nome da inserire in menù bensì diventare "alleati" dei territori. È quanto avviene con l'Alleanza Slow Food dei Cuochi e dei Pizzaioli.

Nicola Fattibene, ristoratore di origine pugliese ma che opera in Trentino Alto Adige, è uno dei leaders del progetto "Slow Food in Azione" che contribuisce a costruire sul territorio le azioni di Slow Food. A proposito dell'Alleanza, Nicola dichiara: *"L'Alleanza è un importante elemento di aiuto nella protezione dalle truffe/contraffazioni in due diversi aspetti: quello della qualità e quello della collaborazione. Per la qualità, già affidarsi a fornitori della rete Slow Food o comunque con comprovate caratteristiche di impegno e sostenibilità in senso ampio è una garanzia. Questo si traduce nella presenza su comunicazione, siti, social e menù di loghi e certificati di qualità. Lo stesso Governo pare ora intenzionato a offrire contributi per chi acquista Made in Italy. Ma chi garantisce la continuità di questi acquisti nel tempo e nei volumi reali di consumo di un locale? La seconda via, l'Alleanza (vista come collaborazione tra operatori della filiera) può fornire più garanzie per i rapporti affettivi che si creano da queste collaborazioni. Nell'Alleanza si fa business tra persone sensibili a certi temi e queste persone, che hanno tanto da fare già a casa loro, sono portati ad aprirsi agli altri e anche ad eventi esterni. Spesso i capofila di queste collaborazioni sono molto appassionati e questo, naturalmente, alza l'asticella della qualità. Non è il logo dell'alleanza o le strette maglie della partecipazione a fare la differenza. Credo invece che siano i rapporti stretti tra gli operatori (contadini, cuochi e anche consumatori) a cambiare le cose e garantire l'assenza di frodi o sofisticazioni".*

Aggiunge Nicola: *"Non solo! Quando tu, cuoco, dici di voler far parte dell'Alleanza ti sottoponi a un giudizio iniziale ma anche a tanti piccoli confronti costanti nel tempo. I produttori si parlano, i cuochi lo stesso e costantemente si confrontano e fanno una sorta di controllo incrociato. Quello che ho sperimentato, spesso, è che questo controllo è motivato dallo scambio e dal confronto e raramente da invidie e spirito di danneggiare gli altri. È la filiera coesa e virtuosa a sostenersi da sé".*

La pensa così anche **Manuel Lombardi**, produttore di Conciato romano, Presidio Slow Food e ristoratore nonché Presidente di Terranostra (Campagna Amica) Campania: *"Quella di controllare i Presìdi è una battaglia difficile proprio per alcune mancanze di attenzione da parte del mondo della ristorazione. Ad esempio, io conosco perfettamente chi acquista il mio conciato perché vendo direttamente, senza intermediari. Ma cosa accade a quei produttori che si affidano a distributori d'eccellenza? O che semplicemente hanno un prodotto dal sapore meno riconoscibile del mio formaggio? Molte persone che conoscono i prodotti solo per averne sentito parlare stenterebbero a riconoscerli.*



IN FOTO
Manuel
Lombardi



Il momento dell'acquisto diventa dunque occasione da non perdere per incontrare i consumatori. Per questo, sia Slow Food sia Coldiretti hanno attivato negli ultimi decenni delle formule di mercati contadini che sono nel tempo diventate centrali. Nel Mercato della Terra di Slow Food ad esempio vi è sempre almeno un laboratorio di analisi sensoriale e di educazione del gusto, oltre alla possibilità di fermarsi a pranzo. Nel Mercato di Campagna Amica di Coldiretti (specie in quello coperto, aperto tutti i giorni), sono presenti il tutor della spesa e un agrichef che ti consigliano come usare i prodotti e, attraverso una app, come conservarli al meglio".

Per sconfiggere le contraffazioni dunque non ci resta che attivare campagne di educazione e di formazione che vanno – come dice Manuel Lombardi – *"dalla scuola al mercato, invitando chi va a fare la spesa a fare anche una visita in fattoria per accorciare sempre di più il divario tra gli attori della filiera".*

Nelle pagine precedenti abbiamo approfondito due profondi problemi che affliggono l'agroalimentare e, di conseguenza, anche il mondo della pizza, come la contraffazione ed il falso italiano, attraverso interlocutori istituzionali, che hanno una visione italiana ed al contempo globale del fenomeno.

Fortunatamente l'Italia è - nella sua quasi totalità - ricca di professionisti che trasformano e propongono ai clienti prodotti veramente italiani, sicuri e salutari: a loro va il nostro ringraziamento e l'incoraggiamento a continuare su questa strada, che riteniamo una delle poche veramente indispensabili per tutelare le nostre produzioni e difendere eccellenze e sistema economico.

Nelle pagine seguenti troverete le testimonianze di alcuni professionisti del mondo della pizza che hanno scelto – certamente non gli unici – di portare avanti ogni giorno la valorizzazione dei prodotti italiani nella loro attività: alcuni operano in Italia con grande successo, altri sono italiani cittadini del mondo che hanno fatto della difesa del Made in Italy la loro missione, altri ancora non sono nati in Italia e hanno il loro ristorante all'estero ma hanno scelto per passione e professione di lavorare con l'Italia nel cuore ed in… cucina.

Fra



Franco Pepe è uno dei professionisti pizzaioli più affermati al mondo: lo testimoniano il successo e l'affetto dei clienti oltre che i copiosi riconoscimenti della critica italiana ed internazionale, che non smette di conseguire da quando ha aperto Pepe in Grani a Caiazzo, in provincia di Caserta.
Rappresenta la terza generazione di panificatori; la prima attività fu avviata dal nonno nel 1938, quando il Podestà gli concesse la licenza dell'esercizio. C'è stata, sin da allora, una continuità lavorativa senza interruzioni: anche in tempo di guerra il nonno ha panificato, autorizzato a dare i famosi "150 g di pane" a fronte dell'esibizione di una tessera.
La seconda generazione è rappresentata dal padre, Stefano, con cui ha vissuto il periodo di formazione in quella che oggi è la Pizzeria in Piazza Porta Vetere, tuttora in attività.
Con l'esperienza di due generazioni alle spalle, ispirato da una nuova e personale visione della pizza, nel 2012 apre Pepe in Grani, l'ormai famosa pizzeria in cui si incontrano sperimentazioni, artigianato, accoglienza, formazione e attenzione al territorio.
È un vero e proprio progetto di ristorazione che si arricchisce negli anni, basato da una parte sulla passione per l'impasto, che racconta i sapori dell'Alto Casertano, e dall'altra

nco Pepe



Pepe in Grani a Caiazzo

ambasciatore della dieta mediterranea nel mondo.

di D.M.

per la volontà di facilitare la comprensione profonda da parte del cliente del processo di ricerca, trasformazione e valorizzazione delle materie prime che compie il professionista.
Come previsto dal progetto iniziale, nel 2013 l'accoglienza del cliente viene ampliata con la possibilità di soggiornare all'interno della pizzeria grazie alla realizzazione di due camere, studiate e realizzate con il lavoro prezioso degli artigiani locali.
Nel 2014 apre la sala Degustazione, uno spazio riservato composto da 3 tavoli circolari - uno dei quali affaccia sulla bocca del secondo forno attraverso un oblò nel pavimento -, in cui è possibile fare un percorso di degustazione abbinando le pizze ai vini del territorio.
Nel 2017 viene inaugurata la sala Authentica, luogo di incontro e di contatto diretto tra il pizzaiolo e cliente. Definita la "pizzeria più piccola al mondo", presenta un tavolo semicircolare con 8 sedute che si incrocia con il banco di lavoro, che ha alle spalle un piccolo forno a legna e può avere molteplici funzioni: didattica, di approfondimento, di spazio esclusivo. Nel 2019 l'idea di Authentica viene arricchita ospitando " chef stellati con i quali creare, tra cui Nino Di Costanzo, Josean Alia, Gennaro Esposito, Peppe Guida, Ciro Scamardella, Luciano Villani, Rosanna Marziale, Tomaz Kavcic, Antonio Zaccardi, Alessandro Gilmozzi.
Nel 2018 Pepe crea il menù funzionale, che si pone l'obiettivo di sdoganare la pizza da quell'idea propria dell'immaginario collettivo che la vede come uno "strappo alla regola" alimentare. Esso nasce dall'esigenza di portare la salute in tavola, ponendo l'attenzione sul giusto equilibrio tra i macronutrienti – carboidrati, proteine e lipidi – presenti nella pietanza, equilibrando i macronutrienti e la presenza di fibra alimentare, poiché incide sui tempi di digestione e di assimilazione contribuendo a rendere la pizza un ottimo "piatto unico".
Nel frattempo, oltre ad essere Ambasciatore della Dieta Mediterranea nel mondo, nel 2019 viene insignito dell'onorificenza di Cavaliere dell'Ordine "al Merito della Repubblica Italiana" per "ricompensare benemerenze acquisite verso la Nazione nel campo della gastronomia, dove ha saputo risollevare, con il suo progetto "Pepe in Grani", le sorti di un territorio".
Durante la fase dell'emergenza sanitaria per la pandemia da Covid-19 Pepe ha deciso di non spegnere come da tradizione la fiamma del forno e ha continuato a panificare per i meno abbienti, per i senza tetto di Caserta e per gli anziani ospiti delle case di riposo.
Il 2 giugno 2020 è una data importante per lui: ha riaperto le porte della pizzeria al pubblico, e ha ricevuto nelle



stesse ore, il titolo di Cavaliere al merito della Repubblica per le sue attività benefiche svolte durante l'emergenza a favore dei più deboli.
La riapertura del locale post Covid ha una particolarità ovvero la possibilità per i clienti di utilizzare il giardino di Pepe in Grani – luogo che normalmente Pepe ha sempre tenuto riservato per sé, per i suoi momenti di riflessione e creazione – attraverso una scelta molto particolare, ovvero con i tre tavoli del silenzio. "Il silenzio ha voce – dice Pepe – e ho voluto dedicare questa parte del ristorante, che sento molto mia, al grande uomo e artista, da poco scomparso, Ezio Bosso. È un angolo estremamente intimo: i clienti che prenoteranno devono sapere che possono gustare la pizza nella massima serenità; a rompere il silenzio c'è solo la musica di Bosso in sottofondo. Per me questo è un luogo di grande impatto emotivo e vorrei che lo stesso possa essere per coloro che scelgono di fare un percorso di gusto ed emozioni".
Si può scegliere tra tre menù differenti: il menù delle pizze al tavolo, con tutte le classiche e le stagionali; il menù funzionale, con pizze create in base ai dettami della dieta mediterranea, più piccole e servite insieme a una verdura cruda per abbassare l'indice lipidico e glicemico e a un dressing in cui poter intingere il cornicione per l'assunzione dei carboidrati assoluti e anche per portare avanti la cultura anti spreco, molto cara a Franco Pepe; il menù da asporto, nel box di cartone e, per alcune, "al cartoccio", cioè ripiegate e incartate, come piaceva fare a Stefano Pepe, il papà, per garantire al massimo la bontà e la fragranza del prodotto.

Viandante –

Mortadella IGP, ricotta di bufala campana DOP, pistacchi, zest di limone. È una pizza fritta



Bufalo tonnato –

Fiordilatte, scamorza affumicata, scarola riccia, sedano, carne di bufalo, salsa tonnata, limone, pepe, capperi, olio evo.



Pastiera fritta–

ideata da Franco e Stefano Pepe con Nino Di Costanzo in onore del compianto maestro pasticcere Alfonso Pepe

Cono fritto dolce ripieno di crema pasticcera, fior di latte, canditi, nocciole tostate, zucchero, cannella e arancia.




il Faggetto
BRICCHETTO ITALIANO
Per cuocere la tua pizza
in modo sano e sicuro
biomass plus
BRICCHETTE
A1
PIT 003
APPROVATO
VERA PIZZA
Napoletana
APPROVED
2021
CAMPIONATO MONDIALE DELLA PIZZA - PIZZA WORLD CHAMPIONSHIP
Cercasi Distributore
0° 20 min. 400°
Accensione rapida, forno
a temperatura in tempi ridotti
Combustione Sana
e non portatrice di fumi
100%
FAGGIO
Maintenimento ad alto
rendimento e durata
SITTA
Benessere
Eco Innovativo
commerciale@sittasrl.com
www.ilfaggetto.com



Francesco



Un artista a Caserta

A cura di Ersilia Cacace

Nonostante Napoli sia da sempre la capitale della pizza, Francesco Martucci, pizzaiolo vincitore del premio 50Toppizza 2019, è riuscito ad attirare l'attenzione su Caserta, dove ha sede la sua pizzeria "I Masanielli". Diventato ormai modello da seguire per molti pizzaioli, Martucci non smette un solo giorno di stendere pizze sul banco del suo locale, nella ricerca maniacale delle materie prime, della loro conoscenza, e soprattutto nella cura dei singoli dettagli.
Il suo locale funziona come un vero e proprio orologio, organizzato alla perfezione dall'accoglienza al servizio, e ha provocato un pellegrinaggio continuo alla città della maestosa Reggia.

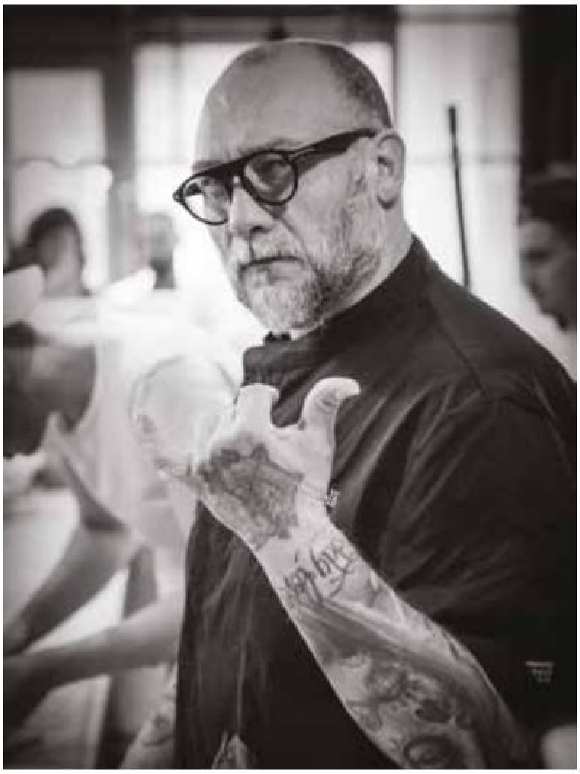


Martucci



Caro Francesco, ci parli brevemente di lei e del suo percorso professionale.

La mia esperienza inizia quando avevo 10 anni, per necessità, per collaborare al bilancio familiare. Poi, con gli anni, dalla necessità si passa ad un amore incondizionato. Oggi ho 41 anni, quindi faccio questo mestiere da 31 anni. Ma sempre con la voglia di migliorarmi giorno per giorno, nonostante sia affermato nel mio settore e abbia 40 dipendenti: ho ancora tanta voglia di esercitarlo



Attualmente che locali ha e che caratteristiche hanno?

I locali che gestisco, quello di Caserta e a breve quello in Puglia, mirano continuamente a una ricerca assoluta, con lo scopo di andare in profondità nello studio della materia prima, e svilupparla in più modi così da far conoscere il nostro ecosistema attraverso le mie pizze e quello che sono io. Un progetto identitario all'ennesima potenza, all'avanguardia.
L'apertura del locale Pizza Farm in Puglia rispecchia pienamente questo progetto: divento entusiasta al solo pensiero di sentirmi parte della terra a tavola. Nelle Murge si può fare tanto, è un territorio straordinario: si parla sempre di mare in Puglia ma mai dell'entroterra, un mondo grandioso che racconterò attraverso le mie pizze

Mar-



Materie prime italiane. Qual è la sua riflessione al riguardo?

Le materie prime italiane sono eccezionali: abbiamo un ecosistema che ci dona tantissime leccornie. La differenza tra un pizzaiolo standard ed uno che punta ad alti livelli sta proprio nella sensibilità verso le materie prime, ad esempio nell'attenzione verso l'origano fresco o qualsiasi cibo appena raccolto, così come sarà il Pizza Farm, dove il prodotto utilizzato sarà quello appena raccolto. L'entusiasmo parte proprio dal momento in cui penso a come utilizzarlo sulla pizza, quindi la sensibilità è una cosa fondamentale per un pizzaiolo, specialmente in Campania dove abbiamo tanti prodotti. Con la sensibilità si possono fare prodotti grandiosi e sarà il caso non solo de "I Masanielli" ma anche di Pizza Farm. Non bisogna per forza prendere un prodotto costoso: si può prendere anche una semplice cicoria o degli spinaci e dare molto di più di una materia prima costosa. Pur non conoscendola, sarà la conoscenza della materia prima a fare poi la differenza.

Per che tipo di cliente sono pensati?

I clienti sono variegati, dalla giovane coppia, la famiglia, il gruppo di amici, alla persona anziana che mi riempie il cuore accomodandosi anche alle 23:30, nonostante non sia un orario a cui è abituata, pur di gustare le mie pizze. C'è un po' tutta la fascia, dal gourmand che viene a godere del percorso degustazione a chi vuole passare semplicemente un momento tranquillo e godereccio in pizzeria. Infatti il fulcro centrale ed emozionale è e resta sempre la pizza, talmente soggettiva che non può piacere a tutti, ma ci proviamo a piacere a più persone possibili e quindi ad accontentare tutti

Mani di Velluto –

In basso uno dei cavalli di battaglia di Martucci con Crema di friarielli in acqua di ricotta di bufala, mozzarella di bufala campana DOP, salsiccia a punta di coltello di suino grigio ardesia, calcagno a crosta liscia, olio evo u' trappitu'.



tucci



Il tovagliato monouso, con la preziosa stampa ad effetto oro brillante, illumina la tavola di stelle.





I segnaposto in Kurame®
dall'effetto brillante, estremamente
versatili e facilmente coordinabili
ad ogni tovagliolo Natalizio.

VENTIDUE S.R.L.
Via Mons. G. Babolin, 13
35024 Bovolenta (PD)
TEL. +39 049 5855295
info@ventiduegroup.com

Visita il nostro sito **ventiduegroup.com**

e scopri la Christmas Collection



Filomena

Pizzeria da Filomena, Castrovillari

A cura di Caterina Orlandi



Filomena Palmieri è una convinta cultrice delle eccellenze alimentari italiane, ambasciatrice della pizza per Slow Food nonchè artigiana appassionata. Interpreta la propria professionalità quotidiana anche come un vero e proprio momento educativo propedeutico a diffondere l'importanza di mangiare in modo sano ed equilibrato: una vera e propria combattente a difesa del vero Made in Italy.

La pizzeria da Filomena nasce per opera di Filomena Palmieri che insieme a suo marito Massimo Di Gaetani ha dato corso ad una storia familiare da sempre legata al contesto della ristorazione. Sei anni fa il salto di qualità, dopo un corso con l'Api in provincia di Cosenza, appassionandosi ad impasti e lievitazioni e proponendo un prodotto di alta qualità con 72 ore di maturazione che fa la differenza nella proposta gastronomica offerta ogni giorno, prendendo spunto dai prodotti del territorio di cui è fedele ambasciatrice. Da qualche anno la affianca il figlio Giuseppe Di Gaetani che dopo un corso all'academy Etoile ha scelto di tornare in Calabria per accompagnare la famiglia nella promozione delle identità territoriali attraverso la pizza ed altri prodotti da forno.



Palmieri



Ci parli del suo locale.

Attualmente il locale si trova a Castrovillari e si compone di una tavola calda aperta a pranzo ed una pizzeria con proposte sia in teglia che al piatto. Ma tra qualche mese l'evoluzione del locale, che si trasferirà in centro città, sarà dedicato solo alla pizza da taglio con uno spazio rinnovato nello stile ma non nella proposta di qualità che anzi sarà rafforzata esclusivamente sulla pizza in teglia e la rosticceria.

Qual è la sua filosofia gastronomica e che proposte di pizza offre ai suoi clienti?

La proposta offerta parte da un impasto con farina zero e germe di grano e di tanto in tanto mi diverto a valorizzare i grani antichi ed i prodotti agroalimentari di eccellenza di una terra speciale e ricca come la Calabria. Le pizze proposte sono con un taglio identitario e un accenno gourmet per dare sfogo alla passione e alla fantasia che anima il nostro lavoro. Ad esempio proponiamo una pizza con alici e moscato di saracena, presidio Slow Food del Pollino, o il baccalà con peperoni cruschi servito sulla pizza per presentare in teglia uno dei piatti radicati della nostra tradizione popolare.



Il rapporto con le materie prime italiane e regionali. E' una condizione indispensabile o preferisce orientarsi sul buono e sano di qualunque provenienza sia?

L'orientamento che seguiamo è il rapporto costante e stretto con le aziende del territorio dalle quali prendiamo gran parte dei prodotti che utilizziamo sulle nostre pizze. Valorizzare la rete di agricoltori eroici che ancora esistono sul Pollino ed in Calabria tramandando una tradizione storica ed un forte legame con gli areali regionali è per noi un valore aggiunto che ci piace presentare ai nostri clienti



Che garanzie chiede ai produttori? Come li sceglie e chi privilegia?

Chiediamo garanzia di qualità e serietà, con disciplinari di produzioni che siano certificati e tracciabili. Privilegiamo le aziende sane che si occupano di recupero di tradizioni alimentari, di eccellenze della nostra regione, e che scelgono metodi produttivi che puntino al biologico e comunque alla qualità e a valori di rispetto della terra e dei lavoratori

Una ricetta per i lettori.

Vi propongo la pizza TERRA MIA: una pizza con patate silane, carciofi freschi spadellati con aglio, olio e prezzemolo, pancetta tesa di suino nero di Calabria, caciotta Silana, bergamotto e olio extra vergine di oliva, prezzemolo

Terra mia –

Impasto:
1 kg di farina 0 con germe di grano, idratazione 80%, 2g grammi di lievito disidratato, 20 g di sale, 10 g di olio. Maturazione di 48 ore.

Una volta completato impasto si toglie dal frigo si procede allo staglio delle pagnotte della grammatura desiderata a seconda della teglia che si ha a disposizione. Si procede alla lievitazione della pagnotta che va dalle 5 alle 6 ore. Si procede alla stesura aiutandosi con della semola macinata e alla farcitura. Prima patate e carciofi e un po' di caciotta. Una volta ultimata la cottura si procede con il suino nero, una grattugiata di bergamotto, olio evo e prezzemolo.



Gira l'Impasto

MOLINO DALLAGIOVANNA G.R.V SRL

Località Pilastro 2
Gragnano Trebbiense (PC)
Ecommerce:
www.shopdallagiovanna.it

www.dallagiovanna.it

Pioggia di like per il contest "Gira l'Impasto" lanciato nello scorso autunno dal Molino Dallagiovanna per fare conoscere ai professionisti dell'Arte Bianca la nuova carta degli impasti che consente al pizzaiolo/ristoratore di promuovere le differenti tipologie di pizza proposte nel proprio locale.
I concorrenti, in possesso della carta "Gira l'Impasto", hanno pubblicato sulla pagina Facebook del Molino la foto del pizzaiolo o del proprietario del ristorante/pizzeria insieme alla propria pizza, indicando la farina utilizzata.
A conquistare più like da parte della giuria popolare è stato Giovanni Ondradu del Ristorante Pizzeria La Torre di Ozieri (Ss), seguito da Giorgio Montalto del Ristorante Pizzeria Botticella di Pavia. Terza piazza per Daniel Serale del Ristorante Pizzeria Le Lanterne di Borgo San Dalmazzo (Cn).



» Giovanni Ondradu

Nato e cresciuto a Ozieri, un paese della provincia di Sassari, Ondradu ha sempre avuto la passione per il cibo, soprattutto quello "buono". Sin da piccolo rimaneva affascinato dalla maestria con la quale i pizzaioli stendevano l'impasto e preparavano uno dei suoi piatti preferiti.
A 16 anni inizia a muovere i primi passi nel mondo del lavoro proprio presso una pizzeria; nel frattempo porta avanti anche gli studi conseguendo la Laurea in Architettura.
Dopo alcune esperienze "stagionali" arriva l'incontro con Salvatore Polo, patron del Ristorante Pizzeria La Torre, e inizia la loro collaborazione professionale. La pizza cotta nel forno a legna fonde tradizione e innovazione sia nella proposta classica che in quella gourmet. Il menu de La Torre abbraccia sia il mare, sfruttando la bontà del pescato del Mediterraneo, sia la terra, valorizzando quella che è la cultura del centro Sardegna.



— PADELLINO GOURMET —

IMPASTO

Biga 70% (65% Uniqua Blu, 35% Uniqua Rossa) 18h a temperatura ambiente
Rinfresco: Nobilgrano verde Tipo 1
Idratazione finale 80%
Lievitazione in Massa 24 h
Staglio e Formatura panetti
Maturazione 24 h
Doppia cottura: vapore e calore secco.

TOPPING

Stracciatella di Burrata Pugliese
Speck di Cinghiale Sardo croccante
Tuorlo d'uovo marinato 8 ore
Broccolo lessato croccante
Melassa di cipolla rossa di Tropea
Aria di Peperone

» *Giorgio Montalto*

Giorgio Montalto, classe 1984, è di origini calabresi ma nasce e cresce in Sardegna. Si avvicina al mondo della ristorazione all'età di 16 anni, lavorando durante l'estate nella piccola pizzeria del paese d'origine. Da iniziale impiego solo estivo il lavoro in pizzeria presto si trasforma in occupazione definitiva. Prima di trasferirsi in Lombardia Montalto arricchisce il suo bagaglio professionale con esperienze presso varie strutture balneari della Sardegna.
Nel 2014, insieme alla sua compagna cuoca, diventa titolare del ristorante-pizzeria Botticella a Pavia, dove propone una pizza a lunga maturazione e un menù corto con ingredienti selezionati che variano seguendo la stagionalità. Da poco tempo ha fatto il suo ingresso in carta anche la pizza gourmet al padellino con lavorazioni preparate dallo chef.

— AUTUNNO —

IMPASTO	*Su 1 kg di Uniqua Blu*
Acqua 65%	*650 ml acqua*
Lievito 0,02%	*2 g di lievito di birra*
Sale 3%	*30 g di sale*
Olio evo 2%	*20 g di olio evo*

PROCEDIMENTO

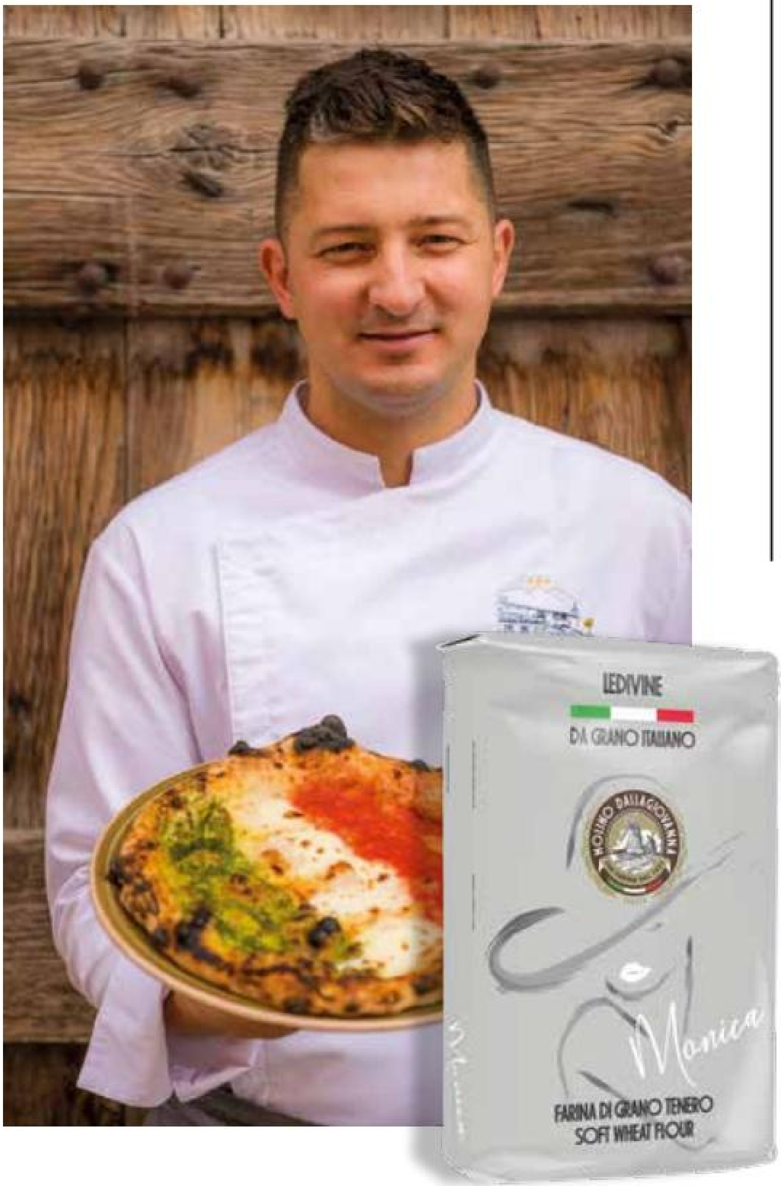
Partendo dalla farina si aggiunge l'acqua lasciandone un po' da parte (circa il 10%) per impiegarla in chiusura; dopo circa 6 minuti si aggiunge il lievito di birra sbriciolandolo sull'impasto e poi in sequenza il sale e l'olio. Non appena è stato assorbito l'olio si aggiunge la restante acqua e si seleziona la seconda velocità per 2 minuti; in totale l'impasto gira per circa 15 minuti. Si procede con un fermo macchina di circa 45 min intervallando tre giri di corda ogni 15 min; si ripone, poi, l'impasto in un contenitore e lo si lascia riposare in massa a 4 gradi nella cella. Passate 24 ore si effettua lo staglio e si formano i panetti che maturano altre 24 ore sempre in cella; 4-6 ore prima dell'utilizzo verranno tolti dalla cella.

TOPPING

6/7 fette sottili di zucca ripassate velocemente in padella con olio evo e sale
125 g di mozzarella di bufala
150 g di mozzarella fiordilatte
4 foglie di cappero di Pantelleria
4 filetti di acciuga di Cetara
Crema di broccolo ottenuta sbollentando le cime di un broccolo in acqua salata e poi raffreddandole in acqua e ghiaccio. Dopo le si frulla in un blender con olio evo, olio all'aglio, 2 filetti di acciuga, 30g di panna fresca, sale e pepe. Infine si aggiunge del brodo vegetale fino al raggiungimento della cremosità desiderata.







» *Daniel Serale*

Daniel gestisce, insieme a sua sorella Elena, il ristorante-pizzeria Le Lanterne, fondato dai loro genitori nel 1995 a Beguda, una piccola frazione di Borgo San Dalmazzo ai piedi della Valle Stura e a 10 km da Cuneo. Il locale nasce in una casa storica del 1600, sapientemente ristrutturata; vi sono due sale interne e un dehor estivo. Dal 2002 la struttura è stata ampliata con la realizzazione dell'hotel annesso, dotato di 20 camere, sempre gestito dalla famiglia Serale.
Daniel ha iniziato a lavorare all'età di 14 anni come aiutante tuttofare, barista e cameriere per poi approdare al reparto pizzeria dove immediatamente intuisce che quella sarebbe diventata la sua strada; inizia così ad appassionarsi alla pizza e a dedicarsi allo studio delle lievitazioni. Sperimenta nuove tipologie di impasto e frequenta periodicamente corsi specifici nel settore in giro per l'Italia. Per una questione di digeribilità predilige gli impasti indiretti con lunga maturazione. Per quanto riguarda i topping la scelta ricade su prodotti di prima qualità e su chicche del territorio.
La passione per i lievitati lo ha spinto negli ultimi anni a inserire all'interno del ristorante sia il Panettone sia il Pandoro, entrambi realizzati esclusivamente con lievito madre e ingredienti di primissima scelta.

— PASSIONE E SCOPERTA... DAL 1995 —

Impasto 100% biga
Preparazione biga
1 kg farina LeDivine Monica
440 gr acqua fredda
8 gr lievito di birra fresco
16/18 ore a 16/18 °

PREPARAZIONE IMPASTO BIGA

210 gr acqua (65% sul totale)
25 gr sale (2.5%)
10 gr olio EVO (1 %)
3 gr malto (0.3 %)

PROCEDIMENTO

Inserire nell'impastatrice la biga, il malto e 110 gr di acqua. Impastare 4/5 minuti e successivamente aggiungere all'impasto la restante acqua (100 gr) poco alla volta. Infine aggiungere sale e olio Evo. Temperatura finale impasto 24 / 25°. Mettere l'impasto in un mastello precedentemente oleato e lasciare riposare per 30 min. Formare palline da 250 gr e lasciare lievitare per 2/3 ore a temperatura ambiente. Stendere l'impasto e inserire topping. Cuocere in forno a legna a 380 -400°.

TOPPING

Pomodoro S.Marzano DOP
Crescenza del caseificio Audisio di Entracque
Pesto autoprodotto con Basilico "Oltre il Bio" di Cuneo



Massimiliano

"la vita è come un buon impasto"

A cura di D.M.

La storia d'amore tra Massimiliano Prete e gli impasti inizia prestissimo: un amore che lo porta a 15 anni a lasciare la sua Puglia per andare ad Asti, dove lavora per anni nella tipica pizzeria Francese (originari di Tramonti). Poi parte alla volta di Saluzzo, città in cui si afferma come pizzaiolo e pasticcere e ove prende in gestione con la moglie la caffetteria pasticceria PiazzAffari, in piazza Cavour, nel cuore di Saluzzo. Nel 2011 apre Teatro del Gusto, il ristorante pizzeria che per 7 anni proporrà ai saluzzesi e ai turisti piatti ricercati e curati. Nel 2014 decide di cambiare: chiude PiazzAffari, rinnova il locale e apre Gusto Divino, una delle prime pizzerie gourmet del Piemonte, inserendosi così nella rivoluzione contemporanea della pizza, concepita come un incontro tra innovazione e tradizione. Nel 2016 inaugura Gusto Madre, pizzeria contemporanea in pieno centro ad Alba: viene riconosciuto non solo come pizzaiolo, ma anche come lievitista. Sono infatti gli impasti il vero fiore all'occhiello della sua proposta culinaria e la peculiarità che differenza le sue creazioni dalle altre pizze gourmet: nuovi, buoni e digeribili, frutto di ricerca e sviluppo costanti. Tutto questo, unito alla selezione delle materie prime per le farciture e alle continue sperimentazioni per creare abbinamenti sempre originali, è ciò che trasforma un'ottima pizza in una pizza gastronomica.
La sua idea è che l'eccellenza richieda dedizione e dunque, per concentrarsi sui locali di Torino e Saluzzo, lascia Gusto Madre Alba, chiude Teatro del Gusto e regala al locale di Torino un nuovo nome: Sestogusto. Il sesto gusto, secondo i ricercatori, è la sensibilità della bocca al sapore dei carboidrati. Quello che, secondo il giovane titolare, "ci permette provare un grande amore per la pizza, il pane e tutti gli impasti a base di grano."
Lo stesso che ha lo ha animato in tutti questi anni e che lo guiderà nei suoi nuovi progetti. "La vita è come un buon impasto. Se riceve calore e si mantiene viva, cresce, cambia e rende felici."



Parlaci dei tuoi ristoranti.

Ho 2 locali, Gusto Divino a Saluzzo (CN) e Sestogusto a Torino. Li accomuna la mia filosofia, la mia carta delle pizze e dei dessert, la mia proposta culinaria che definirei un viaggio tra impasti e consistenze differenti, un'esperienza e non solo un pasto.
Gusto Divino, nato 6 anni fa, è quello che considero il mio "primo vero" locale (anche se precedentemente ho gestito per anni la pasticceria caffetteria PiazzAffari e il Teatro del





ano Prete

Qual è la tua filosofia gastronomica?

La mia filosofia si riassume così: Pazienza. Precisione. Poesia. Da anni sperimento i modi migliori di combinare la grande tradizione della pizza e la precisione della pasticceria, il gusto per la cucina autentica e la costante ricerca sui lievitati. Una costante sfida a mettere in pasta non solo le mani ma anche le idee, per studiare tecniche innovative e creare impasti speciali, più digeribili, leggeri e soprattutto buoni.

La nostra carta propone differenti tipologie di pizze gastronomiche: il Pizz'Otto (pizza soffice), la Croccante, la Pala (la pizza da condividere), la FaCroc® (rivisitazione della focaccia romana imbottita), la Classica ed è in continua evoluzione, con proposte fuori menù e gli "Speciali" nati dalla continua sperimentazione.

Gusto, entrambi a Saluzzo) perché il primo in cui ho proposto la pizza gastronomica, ho raccontato la mia personale idea di lievitato ed il mio approccio al cibo e alla materia prima. Per me rappresenta la casa, la famiglia, le origini. Sestogusto, aperto 2 anni e mezzo fa, rappresenta l'evoluzione del mio percorso professionale e del mio approccio ai lievitati, rappresenta il mio concetto di "non pizzeria" e de "l'impasto oltre la pizza"

Il rapporto con le materie prime italiane e regionali. È una condizione indispensabile o preferisci orientarti sul buono e sano di qualunque provenienza sia?

Scelgo da sempre materie prime prevalentemente italiane, con qualche eccezione (il Pata Negra o le acciughe del Cantabrico per citarne alcune). Prediligo i prodotti stagionali e a km0, la mia carta varia in base alle stagioni e realizzo le proposte fuori menù in base alla disponibilità del mercato, scegliendo le primizie direttamente delle bancarelle di fronte al mio locale di Saluzzo. L'alta qualità che perseguo è sempre e comunque il primo requisito. Subito dopo viene l'artigianalità. Ritengo i piccoli produttori artigianali italiani i veri detentori dell'eccellenza e i custodi dell'autentico made in Italy. Ho dedicato loro "Orgoglio italiano", un menù degustazione nato per sostenere queste piccole realtà artigianali, perché più fragili rispetto ai grandi gruppi e perché le più affini al nostro concetto di qualità e alla nostra filosofia di cura ed attenzione ad ogni singolo prodotto.

Prete



Che garanzie chiede ai produttori?

Non chiedo garanzie, vado sul posto! Seleziono i miei fornitori viaggiando e scoprendo, assaggiando i pomodori direttamente nei campi sulle colline del Vesuvio, gustando i formaggi prodotti con il latte delle caprette che si nutrono di fiori (ne ho anche adottata una) in una cascina del Chivassese o respirando il profumo dei grani antichi coltivati nei campi della Sicilia.

La proposte di Massimiliano Prete per Pizza e Pasta Italiana:

Fa Croc® Multicereali –

Impasto
2500 gr farro Spelta bianco, 1000 gr farina di grano duro, 200 gr segale integrale, 300 gr farro monococco, 2400 gr acqua, 10 gr lievito di birra, 120 gr olio evo, 80 gr sale

Unire tutta la farina, 1/3 d'acqua, il sale e fare un fermo macchina di circa 30 min. Unire il lievito, una parte d'acqua e far ripartire l'impastatrice sino ad ottenere una maglia omogenea, ultimare con l'acqua e l'olio evo.
Mettere in un contenitore unto d'olio e porre una notte in frigo.

Lasciare 1 h a temperatura ambiente, poi realizzare bocce del peso desiderato. Dopo circa 20 min. stendere negli stampi e far lievitare 2 h a temperatura ambiente. Procedere alla cottura a 250 C° in forno statico con piano refrattario.

Topping
150 gr carne cruda albese Fassona, 80 gr crema di sedano rapa, 10 gr insalata Sarset (valeriana), 10 gr perle di tartufo nero sferificato, 40 gr raschera dop, 10 gr nocciole piemonte igp tostate qb, fiori eduli.

Stendere su una placca le fette di carne cruda e marinare con sale, zucchero di canna, ginepro, pepe e spennellare burro sciolto.

Crema di sedano rapa
pulire e tagliare a cubetti il sedano rapa, mettere sottovuoto e cuocere in forno a vapore 80C°, 100% vapore per 20 min. Togliere dal sacchetto e frullare sino ad ottenere una crema, aggiustare di sale.

Condire la valeriana con olio e sale.

Grattugiare la Raschera con un grattugia a maglia grossa per ottenere dei riccioli.

Sfornare la base, tagliare orizzontalmente per farcire all'interno.
Disporre con un cucchiaio la crema di sedano rapa calda, le fette di carpaccio, le nocciole tritate, i riccioli di Raschera e le perle di tartufo.

Porzionare a piacere, in forma rettangolare o triangolare.
—
Decorare con i petali di fiore eduli e servire.



Hygge Croccante –

Biga
1000 gr di farina tipo 1 forte, 450 gr di acqua, 7 gr di lievito di birra, 50 gr di lievito madre.

Unire tutti gli Ingredienti e creare un impasto molto grezzo.
Lasciar fermentare 14 h a 18°C.

Gel
50 gr di Ottimais, 100 gr di acqua.

Portare a bollore l'acqua, versare sulla farina, mescolare con una frusta.
Mettere il gel a raffreddare.

Impasto finale
tutta la biga, tutto il gel,1000 gr di farina tipo 1, 1110 gr di acqua, 40 gr di sale, 50 gr di olio, 10 gr di malto.

Unire tutta la biga, la farina, il malto e circa metà acqua. Iniziare ad impastare. Creata la maglia glutinica, aggiungere poco per volta tutti gli altri ingredienti rimanenti. Far puntare l'impasto per circa 50 min. Creare le bocce di circa 260 gr. Far lievitare per circa 2 h. Stendere e mettere in forno a 270°C per 6/7 min.

Topping
Filetto di salmone selvaggio, 300 gr di sale fine, 300 gr di zucchero di canna, 1/2 limone frullato, erbe aromatiche.

Mescolare tutti gli ingredienti e cospargere il filetto con la miscela creata.
Mettere sottovuoto e lasciare in frigo per circa 48 h.

Mela ambrosia
Pulire la mela e ricavarne dei piccoli dadini.
Condirli con olio, sale e pepe.

Cuocere la base della pizza in bianco (270°C per 6/7 min).
In uscita tagliare in 8 spicchi e con l'aiuto di una sac a poche disporre salsa allo yogurt, il salmone affettato, qualche cubetto di mela ed in fine un ciuffetto di aneto.





SPECIALI per pizza!

TINA E SOFIA,
LE FARINE PER PIZZA
MOLINO NALDONI
100% GRANI ITALIANI,
entrano a far parte di ITALICA, la linea di farine ottenute dalla macinazione esclusiva di grano italiano.

Alla sapiente molitura, che le aveva già rese note per l'alta lavorabilità e la digeribilità, si aggiunge la certificazione di una provenienza che le rende organoletticamente superiori e più garantite dal punto di vista salutistico.



ITALICHE FINO ALL'ULTIMO CHICCO.

www.molinonaldoni.it



Chicago chiama Italia. Leo

A cura di C. O.

Originario di Chicago, Leo Spizzirri ha trascorso tutta la sua vita professionale a promuovere e supportare l'industria della pizza e dei prodotti da forno, grazie alla sua esperienza e professionalità nella reologia degli impasti e nei sistemi di produzione anche per grandi industrie. Le sue competenze lo hanno portato a posizionarsi in prima linea nel settore della pasta e della pizza, grazie alle quali ha fatto da consulente per i principali marchi nazionali negli Stati Uniti e in Canada.

Pizzaiolo e fornaio artigianale di professione, Spizzirri ha infine completato i suoi studi presso la scuola di pizza tra le prime al mondo, la Scuola Italiana Pizzaioli.

E' il co-fondatore e Maestro Istruttore della North American Pizza & Culinary Academy con sede a Lisle, Illinois. La sua è una scuola all'avanguardia, che dispone di un laboratorio di impasti climatizzato, una sala cotture con 7 diversi tipi di forni e una cucina a vista in stile teatro. Fare il docente ed il formatore, oltre che fornire consulenze mirate è la sua attuale professione.

Perché hai scelto la filosofia di usare solo materie prime italiane?

Nei nostri corsi insegniamo tutti gli stili di pizza. Analizziamo il modo in cui questi hanno avuto origine in Italia, compresi gli stili americani. Possiamo guardare le formule che sottostanno alla realizzazione dell'impasto e trovare le somiglianze, quindi concentrarci su come queste pizze sono "immigrate" negli Stati Uniti man mano che sempre più italiani si stabilirono in America.
Ad esempio, ci concentriamo sulla Pizza Napoletana e su come la New York Coal Fired Pizza ne sia una cugina molto stretta, oppure di come la pizza sottile di Chicago sia simile alla pizza tonda al mattarello di Roma. Analizziamo la pizza in teglia tipica di città come New York, Chicago e Detroit e capiamo come non siano esattamente dello stesso stile e realizzate con lo stesso metodo tradizionale che si trova in Italia. Parliamo dell'evoluzione della pizza e degli ingredienti e delle attrezzature che erano a disposizione degli immigrati italiani quando arrivarono in America. Non hanno trovato gli stessi ingredienti e le stesse attrezzature che avevano in madrepatria e il risultato sono state le differenze che si vedono oggi negli Stati Uniti.
Quando si tratta di ingredienti, questo è il motivo per cui preferisco utilizzare prodotti italiani veri e poi parlare delle differenze nei prodotti che troviamo in America. Questo è importante per me perché sento che i nostri studenti hanno bisogno di essere istruiti sulle differenze tra i prodotti italiani e quelli che si trovano nel resto del mondo. Preferisco usare prodotti italiani perché i sapori sono genuini e puliti.

Spizzirri

una vita dedicata alla pizza

Come fai capire agli allievi la differenza tra un prodotto realmente italiano e uno fake?

Impegniamo davvero molto tempo a Scuola a parlare di falsi prodotti italiani. Comincio sempre con l'esempio dei pomodori e con l'olio d'oliva. Per noi è importante mostrare un vero san Marzano e diversi tipi di pelati dall'Italia e poi confrontarli con i prodotti etichettati "stile italiano", che qui in Usa certo non mancano. È inevitabile quando i prodotti si trovano uno accanto all'altro vedere e percepire immediatamente le differenze di colore, odore e sapore. Quando questi falsi prodotti italiani sono accanto a uno originale, non contraffatto, l'impostore può essere visto e riconosciuto molto facilmente.
In tutti i nostri corsi, sia quelli dedicati alla pizza italiana sia che in quelli dedicati all'american style, utilizzo sempre gli ingredienti tradizionali dedicati che verrebbero utilizzati per quelle pizze. Una pizza italiana tradizionale viene sempre fatta con prodotti italiani come se si vivesse nel vostro Paese, ma per i nostri corsi in stile americano utilizziamo prodotti provenienti dagli Stati Uniti.



Quando offriamo questi corsi in stile americano, mostro agli studenti le migliorie che secondo me sono possibili inserendo nelle ricette anche prodotti italiani, per un confronto. In questo modo dimostriamo che si può migliorare qualsiasi ricetta ed educhiamo i nostri studenti ad essere più aperti mentalmente nella selezione degli ingredienti.
Inoltre, nella nostra scuola, offriamo articoli al dettaglio da acquistare per i nostri studenti. La nostra boutique offre solo prodotti italiani come farina 00 italiana, olio d'oliva, pomodori, sali e altre spezie. Questo dà loro l'opportunità di utilizzare questi prodotti al di fuori della scuola e sperimentarli da soli.

Leo

Cosa ne pensano i tuoi allievi della scelta di portare avanti questa filosofia?

La maggior parte dei nostri studenti è consapevole dell'eccellenza che caratterizza i prodotti e le materie prime italiane quando comincia a conoscerli a scuola, ma molti di loro ritengono che siano molto più costosi – troppo - di quelli made in Usa.
Questo accade quando parlo della differenza di qualità e del miglioramento nelle rese che si verifica concretamente quando si utilizzano questi tipi di ingredienti.
I nostri studenti e clienti vengono alla North America Pizza and Culinary Acdemy aspettandosi un'esperienza eccezionale e sento che provano queste sensazioni quando vengono qui e sanno che useranno materie prime provenienti direttamente dall'Italia.
Spesso mi viene chiesto come posso nascere e crescere come pizzaiolo americano ma concentrarmi sugli ingredienti italiani. La mia risposta non è con le parole, viene direttamente dalle pizze che creo. Quando mangiano una delle mie pizze che contengono queste straordinarie eccellenze, le loro domande trovano risposta da sole. Tutte.



Rotolino di pizza ripieno –

Ingredienti
250g impasto "pizza napoletana"
100g prosciutto cotto
50g soppressata piccante
50g funghi trifolati
50g crema di asparago
50g ricotta
80g scamorza affumicata

- Stendere la pasta in una forma rettangolare piatta che misuri 30 cm di lunghezza e 20 di larghezza

- Adagiare prosciutto cotto e soppressata sulla pasta lasciando dal bordo circa 2,5 cm

- Stendere la ricotta e la scamorza sopra l'affettato uniformemente

- Distribuire la crema di asparagi sopra il formaggio, quindi sovrapporvi i funghi.

- Spennellare leggermente il bordo dell'impasto con acqua, quindi arrotolare sul lato più largo fino a formare una lunga pagnotta

- Trasferire in un forno a legna a 450 gradi e cuocere nella bocca del forno per 4 minuti fino a quando non diventa cotto e caramellizzato

- Tagliare in 4 e servire impilati e sovrapposti





Farina Infibra Cereali&Semi
con Spirulina Biologica Italiana
Gusto&Benessere
Naturalmente, insieme.
NOVITA'
INFIBRA
cereali&semi
con Superfood
La linea INFIBRA Cereali&Semi si arricchisce di un'ulteriore proposta per preprazioni sempre più sfiziose e alternative. Alle proprietà nutrizionali del nostro Germe di Grano tostato si aggiungono ora quelle funzionali della Spirulina Biologica Italiana. Naturalmente, insieme.
DENTI
FARINE, NATURALMENTE.
www.molinodenti.it | shop.molinodenti.it
G+ YouTube
we.STRATEGIE CREATIVE
[impasta con noi] Registrati e Accedi anche tu al mondo esclusivo di Molino Denti
www.molinodentilab.it/impastaconnoi



Radostin K

in Bulgaria con l'Italia nel cuore

A cura di Caterina Orlandi



Radostyn, come hai cominciato a lavorare nel settore?

Nel 1996 ho iniziato a Sassari, in Sardegna: è stato il grande cambiamento della mia vita ed il vero incontro con la cucina italiana. I primi 6 mesi furono molto difficili: lavoravo in due locali diversi, la sera in una spaghetteria dove il lavoro era molto veloce e dinamico e dove però sono riuscito ad imparare tante cose, e la notte in una panetteria sarda. Sentivo però che con tutti questi sacrifici qualcosa doveva succedere ed infatti è accaduto... Nella pizzeria di mio genero ho incontrato il grande amore professionale della mia vita, la pizza. Dopo un po' di anni di apprendistato in Sardegna tutto è accaduto molto velocemente! Nel 2003 mi sono trasferito a Cortina D'Ampezzo e nel 2005 ho partecipato al corso di pizzaioli e poi per Maestro Istruttore, sistemando le mie conoscenze. Ho cominciato a partecipare a diverse competizioni, ottenendo bei risultati: sesto posto per "Pizza presentazione al "Campionato Mondiale della pizza, il terzo posto nel Campionato Europeo a Massa Carrara, nel 2011 l'ottavo posto per Pizza Classica al Campionato Mondiale della Pizza a Salsomaggiore Terme. Nel 2011 ho fondato e ho assunto la carica di Presidente della Bulgarian Association Pizzaioli (B.A.P.), ruolo che mi ha permesso di iniziare a organizzare diverse manifestazioni ufficiali in Bulgaria. Progressivamente ho smesso di gareggiare e sono passato – dopo un giusto periodo di attesa – a fare il giudice ai Campionati del Mondo.
Nel 2017 sono diventato il primo chef straniero invitato al Italian Cuisine World Forum, tenutosi nelle Marche. Il forum ha avuto 160 cuochi italiani da tutto il mondo, tra cui 26 stelle Michelin.
Nel 2018 ho vinto il campionato internazionale "ALL Stars Pizza" in Portogallo.

iryazov

Descrivici il tuo locale.

Attualmente sono il proprietario e chef del ristorante-pizzeria “La Terra” a Sofia, in Bulgaria.
Il ristorante propone la cucina italiana e lavoriamo per un 80% con prodotti italiani mentre le materie prime per la pizza, pasta e il pane sono al 100% italiane, cotte su tre forni ognuno dedicato ad uno stile di pizza diverso.
I nostri stili di pizza sono quella classica e quella in pala alla romana, mentre su prenotazione facciamo anche pizza e pasta senza glutine. Gli impasti sono indiretti con lievito madre – che usiamo anche per il pane - e lievitazione di 72 ore.
All’interno del ristorante abbiamo la Bottega, da dove si possono acquistare i prodotti con i quali lavoriamo e che importiamo dall’Italia. Siamo infatti anche il più grande importatore bulgaro di alcuni prodotti al 100% italiani come: farina, pasta, pomodoro, formaggi, olio Extra Vergine, dolci e cioccolato.
Ho scelto di usare le materie prime italiane, perché prima di tutto ho un grande rispetto della cucina italiana, e poi sono innamorato dal vostro paese e della cultura che sta dietro alla preparazione dei piatti tipici italiani.







Come fai capire ai clienti la differenza tra un prodotto realmente italiano e uno fake?

Tramite le degustazioni e la presentazione accurata di ogni prodotto, accompagnata dal racconto della storia che sta dietro ad ogni produttore. Un prodotto contraffatto lo si percepisce subito dal sapore, ed in seguito sia da come si presenta prima e dopo la cottura

Cosa ne pensano riguardo alla scelta di usare prodotti italiani?

I nostri clienti sono contentissimi della mia scelta dei prodotti, basta guardare le recensioni sia del cliente comune che dei critici. Ho 130 posti a sedere ed in estate senza prenotazione precedente è impossibile cenare da noi: significa che il duro lavoro con materie prime di qualità si vede e viene apprezzato



Penne all'arrabbiata alla Calabrese –

80 gr. Penne Rigate N- 41 italiane.
10 gr. sale marino per ogni litro acqua per bollire la pasta

Per il sugo:
50 ml. olio extra vergine dop
2 -3 spicchi d'aglio
70 gr. Nduja calabrese
130 gr. pomodoro a cubetti
80 gr. pecorino romano dop



Pizza con fichi, gorgonzola e prosciutto crudo –

impasto indiretto con lievito madre e maturazione di 72 ore.

230 gr. impasto: 100 gr. mozzarella fior di latte, 80 gr. fichi, 50 gr. gorgonzola, 50-60 gr. prosciutto crudo di Parma, 20 gr. Parmigiano Reggiano DOP



Scugnizzonapoletano®

Imitato, ma inimitabile

DAL 2014 IL FORNO ELETTRICO CHE HA RIVOLUZIONATO IL MONDO PIZZA

*Acquistare l'**originale***
è garanzia di funzionalità



APPROVATO DA AVPN

ASSOCIAZIONE VERACE PIZZA NAPOLETANA

"Ancora una volta un'innovazione a tutela della tradizione - dichiara Antonio Pace, Presidente AVPN – resa possibile grazie ad un forno napoletano elettrico che risponde a specifici parametri qualitativi e tutela l'irrinunciabile mestiere del fornaio. Lo Scugnizzonapoletano è infatti il primo forno elettrico in grado di riprodurre le fonti di calore necessarie alla cottura della vera pizza napoletana secondo Disciplinare"

"Si è giunti all'approvazione del forno dopo un lungo percorso di verifica durante il quale lo Scugnizzonapoletano è stato sottoposto a numerosi test, sia a bassi che ad alti regimi, fino alla simulazione del lavoro del sabato sera di una pizzeria di successo. La verifica ha coinvolto in prima persona il Consiglio Direttivo dell'Associazione composto anche da Massimo Di Porzio e Paolo Surace e ha tenuto conto anche delle esperienze e delle prove realizzate dai tanti istruttori e pizzaioli veraci che, in questi ultimi anni, hanno testato, utilizzato e acquistato questo forno."

"è l'unico forno a legna... senza legna. Migliore!"

Salvatore Santucci
MAESTRO PIZZAIOLO

info@scugnizzonapoletano.eu
www.scugnizzonapoletano.eu



Michele Casu

Trattoria Michele il Ristorante, Amburgo

A cura della redazione

Michele, come sei arrivato in Germania?



Sono venuto in Germania nel lontano 1997; dalla Sardegna mi ero già spostato per due anni a Roma perché la Sardegna, sebbene bellissima, mi stava stretta.
In realtà volevo andare addirittura in America ma non era semplice ottenere il permesso di soggiorno o la green card. In compenso non volevo nemmeno venire in Germania, la cui lingua non mi stava nemmeno simpatica. Nonostante ciò, sono finito proprio ad Amburgo.
In realtà poi mi è piaciuto il posto; alla fine della stagione sono tornato in Italia ma poi sono tornato subito in Germania avendo trovato un lavoro in una gelateria in un centro commerciale e qua sono rimasto.
Ho studiato il tedesco e mi sono buttato nel campo della gastronomia come dipendente nelle gelaterie, dove in breve mi hanno insegnato il mestiere.
Poi sono diventato cameriere perché si guadagnava di più, per via delle mance, che qui in Germania sono remunerative.
Ad Amburgo ho sempre

VISOR, UN SOLIDO CUORE
HI-TECH RIVESTITO DA
UN DESIGN AVVOLGENTE.

VISOR

A NEW OVEN GENERATION

Design: Lorenzo Remedi



AD: Matteo Beraldi - Graphic: E-LEVA

MULTIDESIGN
Tre differenti stili in un solo forno.

MULTIFUNCTION
3 forni in 1: Pizzeria, Pasticceria, Panetteria.

TOUCH SCREEN
Funzionalità e semplicità in un touch.

POWER HOOD
Kit abbattimento vapori e odori (optional).

Il forno Visor è **estremamente versatile** perchè concepito per trasformarsi e adattarsi all'occorrenza. Partendo dal **modello base VN** può essere accessoriato con **cappa** e **carter laterali**. Stile industriale per un **forno tecnologico** e **performante**. L'interfaccia utente per la gestione di forno e cella di lievitazione si presenta come un pratico **quadro digitale touch** che visualizza tutte le funzionalità sotto forma di icone intuitive.



Italforni Pesaro s.r.l.
Via dell'Industria, 130 – Loc. Chiusa di Ginestreto
61122 Pesaro (PU) Italia – Tel +39 0721 481515
info@italforni.it – www.italforni.it

ITALFORNI

hele Casu

lavorato in locali italiani, anche rinomati, dove ho conosciuto personaggi importanti e dove si faceva cucina di livello.
Fino a quel momento non avevo mai lavorato in un ristorante che facesse anche pizzeria, perché in passato i gastronomi italiani hanno sempre "snobbato" la pizza, preferendo buttarsi sul ristorante e sulla cucina, perché ritenuta più redditizia, rispetto alla pizzeria.
Solo negli ultimi anni la pizza ed il concetto di pizzeria sono stati sdoganati e rivalutati anche qui.

Quale è il tuo ristorante?

Nel 2010 ho rilevato un ristorante-pizzeria in una zona residenziale nell'immediata periferia di Amburgo, mettendomi in proprio. L'idea era quella di fare una trattoria con una cucina semplice e genuina. Già dall'inizio ho sempre cercato di fare una buona pizza, anche se non avevo approfondite conoscenze; qui le pizze le facevano sul padellino, già pronte; io, invece, ho iniziato da subito a fare la pizza sulla pietra, inizialmente con il forno elettrico.



Circa quattro-cinque anni fa, grazie alla Scuola Italiana Pizzaioli, mi sono innamorato della vera pizza ed è stata la svolta; grazie ai consigli dei docenti ho subito modificato gli impasti, i prodotti e ho sostituito il forno elettrico con un forno a legna, rotante.

Questa è stata la vera svolta nel mio locale, perché da quel momento la pizza è divenuta l'assoluta protagonista del locale.

Le materie prime: solo italiane o un mix di italiane ed estere?

Per fare le pizze uso solo farine italiane, mozzarella Fiordilatte che viene dall'Italia e il pomodoro pelato 100% italiano. Anche per quanto riguarda i salumi, rigorosamente italiani.
Negli anni ho sempre cercato il meglio che ci fosse sul mercato e sto attento alla qualità così come per le verdure fresche che, per quanto possibile, cerco di prendere di provenienza italiana.
Nel 2019, infine, ho avuto la – a posteriori riuscitissima - idea di proporre la mia pizza, già molto amata nel locale, anche con servizio da asporto e con consegna a domicilio.
Ho allestito una flotta di auto, ho creato una app ed un web shop dedicato; mossa che poi con lo sfortunato avvento del coronavirus si è rivelata vincente, incrementando gli incassi, nonostante inizialmente il locale fosse chiuso al pubblico.
Ad aprile mi sono anche ammalato di Covid-19 ed ho dovuto tenere il ristorante chiuso per quasi tre settimane, poiché tutto il personale era in quarantena.
Grazie all'asporto ed il servizio a domicilio, alla riapertura del locale sono ripartito e il volume di affari sta incrementando sempre di più.





Come combatti, dalla tua realtà, l'Italian Sounding? Come trasmettere ai clienti la differenza tra un prodotto realmente italiano e uno contraffatto?

Purtroppo è all'ordine del giorno l'utilizzo di prodotti gastronomici che richiamano l'italianità, ma la cui provenienza è tutt'altro che italiana. Personalmente evito di comprare questi prodotti e nel mio locale, nel menù, cerco di enfatizzare e mettere in risalto che gli ingredienti da me utilizzati sono italiani. Solo una piccola parte dei ristoranti italiani in Germania sono condotti da italiani.
In particolare la pizza viene distorta, soprattutto da queste catene di delivery molto diffuse qui in Germania, che propongono un prodotto che della vera pizza non ha praticamente niente: dagli impasti ai topping. Molti clienti, tuttavia, riconoscono che da quando hanno provato la mia pizza non riescono più a mangiare la pizza di queste catene. Ecco, direi che la mia strada è quella di far provare con pazienza il prodotto italiano: poi, difficile tornare indietro.

Rucola, bresaola e Parmigiano Reggiano –

Quanto alla pizza per i lettori, ne ho scelto una molto semplice ma tipicamente italiana, ossia quella con rucola, bresaola e Parmigiano Reggiano, che all'inizio vendevo molto sporadicamente, in quanto la bresaola era sconosciuta alla maggior parte dei clienti (pensate un po'); col tempo è diventata una delle pizze che vendo di più dopo la classica pizza margherita.



Il Consorzio del Parmigiano Reggiano a contrasto dell' *Italian*



A cura di Caterina Orlandi

Incontriamo il Presidente del Consorzio Nicola Bertinelli (sopra in foto, n.d.r.), con il quale discutiamo di contraffazione alimentare ed iniziative a tutela di una vera eccellenza italiana, il Parmigiano Reggiano.





Sounding.

Come combattete italian sounding e contraffazione?

La tutela rientra nelle attività seguite dall'ufficio Servizi Istituzionali del Consorzio. Quest'attività viene dedicata alla protezione giuridica ed alla salvaguardia del prodotto DOP sia a livello nazionale, che comunitario ed internazionale.
L'attività prevede interventi mirati e diretti a rimuovere casi di "contraffazione alimentare" con l'obiettivo di "pulire" il mercato dalle frodi e dagli illeciti, ridurre i tentativi di nuovi eventi e favorire indirettamente la presenza di una corretta informazione relativa al prodotto DOP. In quest'ottica, è di fondamentale importanza l'attività di promozione per far si che ci sia conoscenza e consapevolezza nel consumatore su come distinguere e riconoscere il Parmigiano Reggiano.
A tale proposito, suggeriamo innanzitutto di verificare la presenza dei famosi "puntini" sulla crosta riportanti la scritta Parmigiano Reggiano. Nel caso in cui il prodotto fosse preconfezionato e la crosta non fosse visibile, è bene accertarsi che sulla confezione sia presente il logo delle DOP europee e il logo del Consorzio Parmigiano Reggiano.

Quanto è esteso il fenomeno?

Il Consorzio stima che il giro d'affari del falso parmesan fuori dall'Unione Europea - dal parmesao brasiliano al reggianito argentino fino al parmesan diffuso in tuti i continenti - sia di 2 miliardi di euro, circa 200mila tonnellate di prodotto, ossia 15 volte il volume del Parmigiano Reggiano esportato. I casi sono distribuiti un po' ovunque nel mondo, con una frequenza maggiore nei paesi dell'Unione Europea, Stati Uniti e Canada.

Quali sono le imitazioni più diffuse?

Il termine parmesan è protetto nella UE dal 2008 a seguito di una sentenza della Corte di giustizia dell'Unione Europea che ha sancito che tale termine è un'evocazione di Parmigiano Reggiano: in molti paesi al di fuori dell'Europa, purtroppo, questa stessa tutela non vale e termini come parmesan, parmesao o parmesano sono spesso considerati generici. I maggiori produttori e consumatori di queste imitazioni sono, in ordine: Stati Uniti, Brasile, Australia e Canada (fonte: Mintel).

Di seguito per i lettori una ricetta di un primo e di un secondo piatto proposte dagli Chef del Consorzio



Spaghettoni piccanti con cavolfiore arrostito, capperi, briciole di pane e Parmigiano Reggiano

Per 4 persone
Difficoltà: facile
Tempo di preparazione: 20 minuti
Tempo di cottura: 30 minuti

Ingredienti:
360 g di spaghettoni
250 g di cimette di cavolfiore
4 filetti di acciughe sott'olio
1 spicchio d'aglio
olio extravergine di oliva
4 cucchiai di pangrattato
1 peperoncino secco (oppure 1 pizzico di peperoncino in fiocchi)
40 g di capperi dissalati
Parmigiano Reggiano grattugiato a piacere
timo fresco
sale
pepe

Mondate il cavolfiore ricavandone solo le cimette. Lavatele, scolatele e tuffatele in acqua bollente salata per 3-4 minuti. Sgrondatele nuovamente e tenetele da parte.

In una padella antiaderente fate scaldare l'olio e unite l'aglio. Fatelo dorare, eliminatelo, e aggiungete i filetti di acciuga. Lasciateli rosolare fino a quando si saranno quasi del tutto sciolti, unite il peperoncino sminuzzato, i capperi e le cimette di cavolfiore. Saltate il tutto per qualche minuto.

In una seconda padella mettete un filo d'olio e il pangrattato. Lasciate sul fuoco fino a quando esso sarà diventato dorato, mescolando spesso con un cucchiaio. Lessate gli spaghettoni, scolateli al dente e mantecateli con un po' di Parmigiano Reggiano e acqua di cottura, il tanto che basta a ottenere un composto cremoso. Conditeli con il sugo preparato. Trasferite nei piatti da portata, cospargete con timo fresco e pangrattato e servite subito.



Polpetta croccante di pane, Parmigiano Reggiano e pinoli

Ingredienti per 4 persone:
300 g di pane raffermo senza crosta
2 uova
300 ml di latte
80 g di Parmigiano Reggiano
250 g di corn flakes
20 g di pinoli
erba cipollina
pangrattato
olio di semi di arachide
sale e pepe
150 g di misticanza

Tagliate il pane a dadini e ricopritelo con il latte. Mescolate e lasciate ammorbidire per 10'.
Strizzate il pane e sbriciolatelo con le mani, unite le uova, il Parmigiano Reggiano e i pinoli. Insaporite con sale, pepe e qualche stelo di erba cipollina tagliuzzata. Se dovesse risultare troppo morbido unite un poco di pangrattato.
Sbriciolate i corn flakes e mescolateli a due manciate di pangrattato.
Con il composto di pane formate delle polpette poco più grandi di una noce, passatele nei cornflakes, premendo leggermente per farli aderire.
Friggetele in olio caldo per alcuni secondi e adagiatele su carta assorbente da cucina.
Servitele calde accompagnate da insalatina fresca.



L'Olio d'Oliva italiano

va difeso, valorizzato e promosso

L'olio italiano, come visto precedentemente, è una delle maggiori "vittime" della contraffazione. Abbiamo ritenuto importante per i lettori confrontarci con Veronafiere, tra le maggiori promotrici – tramite soprattutto Sol&Agrifood, manifestazione che si tiene ogni anno in contemporanea a Vinitaly – dell'eccellenza olearia tricolore in tutto il mondo. Ne parliamo con Simone De Nicola, esperto panelist di concorsi nazionali e internazionali riconosciuti dal Consiglio Olivicolo Internazionale e dal Ministero delle Politiche Agricole. È altresì docente e formatore nell'ambito olivicolo.

Quali sono le categorie di oli usati nella ristorazione professionale? Che caratteristiche hanno? Come riconoscerli?

"Gli oli usati nella ristorazione si dividono in tre macro-categorie: olio di semi per fritture, olio di oliva per cucina e condimento, olio extravergine di oliva per i tavoli, che per il 90% si tratta di miscele di oli comunitari. Le caratteristiche principali di questi oli sono la capacità di non trasmettere alcun gusto alle pietanze in fase di cottura e di avere un costo basso rispetto agli oli di alta qualità. Si tratta di oli facilmente riconoscibili, in quanto se usati a crudo sui piatti trasmettono le caratteristiche negative dovute alla loro scarsa qualità e cattiva conservazione/uso".



Potete descrivere per i nostri lettori come incidono nel mondo dell'olio italiano i fenomeni dell'Italian Sounding e della contraffazione alimentare?

"L'utilizzo di oli italiani o quantomeno di marchi italiani è sinonimo di grande qualità. Frequentemente però si tratta di oli di origine comunitaria miscelati e molto spesso vecchi; nella peggiore delle ipotesi si tratta oli di semi ai quali viene aggiunta clorofilla per assomigliare al colore degli oli extravergini di oliva ed essere venduti in modo fraudolento come tali".


IN UN ATTIMO, SCOPRI NUOVE ARMONIE.
MEARES
ALBINEA CANALI
ALBINEA CANALI
VITICOLTORI DAL 1936
MEARES ALBINEA CANALI: in un attimo scopri che fra la pizza e MEARES è subito amore.
www.albineacanali.com



A SX IN FOTO IL DOTT. SIMONE DE NICOLA

Qual è il valore economico del danno provocato secondo le vostre stime?

"Sicuramente molto elevato considerato che gli oli di semi vengono comprati a 50 centesimi al chilo ed una volta adulterati vengono rivenduti a 2/3 euro al litro nelle catene del fast-food o delle mense".

Cosa osservare a livello di etichetta per poter distinguere un prodotto di qualità da uno che non lo è?

"In etichetta è importante controllare la categoria dell'olio, l'ORIGINE che è obbligatoria, la campagna olivicola. Bisogna ricordare che l'olio NON deve invecchiare e deve essere consumato fresco. Per questo la campagna olivicola è molto importante, infatti evidenzia l'annata di produzione. La data di scadenza riportata in etichetta, invece, non indica la freschezza ma il momento dell'imbottigliamento".

A livello organolettico vi sono parametri che ci permettano di scegliere (pur con un margine di errore) un prodotto non contraffatto?

"L'olio quantomeno bisogna che sappia di oliva, in fondo è un succo di oliva".

Quali sono gli strumenti che suggerite per contrastare il più possibile questi fenomeni?

"Il consiglio è di richiedere sempre un olio italiano, della campagna in corso e che le bottiglie abbiano i tappi anticontraffazione".

Il dott. Gianni Bruno è l'Exhibition manager Wine& Food di Veronafiere. A lui chiediamo in cosa consiste l'attività dell'ente fieristico veneto nella promozione dell'olio italiano.

Cosa suggerite al ristoratore per non alimentare involontariamente frodi, contraffazioni e diffusione di finti prodotti italiani?

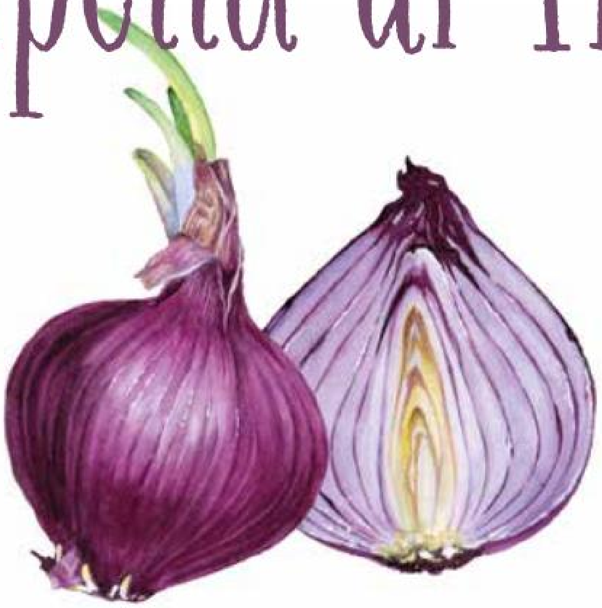
"Consiglio di nuovo di comprare prodotti italiani, di qualità e venduti da fornitori fidati e non improvvisati. Molto importante dopo l'acquisto è cercare di formare il personale alla conservazione del prodotto e al suo corretto utilizzo per non vanificare l'acquisto di oli di qualità".



La battaglia contro le frodi e le contraffazioni è molto difficile anche all'estero, dove la situazione è ancora più complessa. Cosa fa Veronafiere con Sol&Agrifood?

"Effettivamente all'estero il fenomeno dell'Italian sounding è molto presente con un rischio di danno sia di immagine che economico per l'olio nazionale. Veronafiere è sempre stata sensibile alla valorizzazione di questa eccellenza e fin dagli anni '90 ha promosso il Concorso Leon d'Oro, che si è evoluto, a partire dal 2002, in Sol d'Oro, cioè nel più importante concorso internazionale in blind testing al mondo. La competizione ha l'obiettivo di promuovere il miglioramento dell'olio extravergine di oliva, di valorizzare i migliori oli territoriali di tutti i Paesi produttori e di promuoverli in chiave commerciale. Quest'ultimo aspetto è molto importante, per questo gli oli vincitori delle due edizioni annuali di Sol d'Oro – Emisfero Nord ed Emisfero Sud – possono fregiarsi di un "bollino di qualità" che attesta il risultato ottenuto nel concorso. Anche le degustazioni guidate degli oli vincitori realizzate durante Sol&Agrifood e in altre importanti fiere internazionali sono parte integrante del concorso. Si tratta di attività di promozione, ma anche di informazione "culturale" verso buyer internazionali, horeca e consumatori, per educare ed elevare lo standard gustativo a tutti i livelli. Durante Sol&Agrifood vengono inoltre organizzati seminari con degustazioni guidate per imparare a riconoscere organoletticamente gli oli scadenti o difettati e anche per sottolineare le qualità intrinseche dell'olio evo, come ad esempio l'aspetto nutraceutico, tema molto sentito soprattutto all'estero. Molto importanti e seguiti, inoltre, sono i cooking show, che hanno lo scopo di insegnare ad usare l'olio di qualità in cucina, sia a cotto che a crudo, valorizzandone le peculiarità e la capacità di esaltare le diverse ricette. Ogni anno, infine, viene realizzata la guida "Le stelle di Sol d'Oro", con la descrizione degli oli vincitori, scaricabile gratuitamente da questo link *https://www.solagrifood.com/it/sol-doro*".

La Cipolla di Tropea:



tutte le sue straordinarie proprietà benefiche

Dott.ssa Marisa Cammarano
- Biologa Nutrizionista

Furono i Fenici ed i Greci ad introdurre in Calabria l'uso della cipolla grazie ad importanti vie commerciali dell'epoca come il porto di Parghelia, diffondendosi poi, da Amantea a Capo Vaticano. È coltivata in queste zone da oltre duemila anni, e da oltre un secolo, ora abbinata al turismo, contribuisce allo sviluppo socio-economico della zona. I primi ed organizzati rilevamenti statistici sulla coltivazione della cipolla in Calabria sono riportati nell'Enciclopedia agraria Reda (1936 – 39). Con l'intensificarsi degli scambi commerciali alla metà del 1950, fu, poi, anche conosciuta ed apprezzata nei mercati d'oltre Oceano.

L'area storica di produzione in Calabria è il territorio di Capo Vaticano nel Comune di Ricadi, ma il nome "Rossa di Tropea" è scaturito dal semplice fatto che le spedizioni delle cipolle in tutto il mondo avvenivano dallo scalo ferroviario di Tropea. Il trasporto delle famosissime cipolle rosse dai campi alla stazione di Tropea, avveniva tramite somari o tramite carri trainati dai buoi, percorrendo sentieri a ridosso del mare. Oggi, lussureggianti orti della "Rossa di Tropea" caratterizzano la distesa del promontorio di Capo Vaticano che si propaga verso Tropea – Parghelia.

La cipolla di Tropea, che dal 2008, vanta la denominazione IGP rappresenta un souvenir davvero salutare dalla forma rotonda o ovoidale, dal sapore delizioso, leggero, raffinato e croccante ed è estremamente versatile

La "Cipolla Rossa di Tropea Calabria", è definita per le sue qualità "Oro Rosso di Calabria". La cipolla, il cui nome scientifico è Allium Cepa, è un ortaggio biennale parente dell'erba cipollina, dell'aglio, dello scalogno e dei porri. La tecnica di coltivazione inizia con la preparazione del terreno che viene arato, fresato e sistemato in prose opportunamente baulate; l'impianto viene effettuato con tre diverse modalità: con il piantamento dei bulbi, con la semina diretta e con il trapianto di piantine a radice



nuda. Utilizzando i bulbi si adottano distanze di 15 cm sulla fila e di 40 cm tra le file ed il piantamento viene effettuato a fine agosto per avere la produzione già in ottobre. La semina diretta viene effettuata in terreni sciolti e ben livellati a fine agosto - inizio settembre con seminatrici di precisione o a spaglio a cui segue un diradamento in modo da realizzare una densità di 60 piante/m2; con tale modalità d'impianto la produzione avviene nel periodo natalizio. Il trapianto, invece, prevede la preparazione delle piantine in semenzai all'aperto allestiti dagli stessi agricoltori nel periodo agosto/settembre, con il trapianto nel periodo fine settembre - inizio ottobre in modo da avere la produzione a partire da dicembre/gennaio e fino a marzo. Le piantine idonee al trapianto devono aver raggiunto un'altezza di almeno 15 cm e presentare 4-5 foglie. Per la buona riuscita della coltivazione bisogna riservare particolare cura all'irrigazione soprattutto nelle prime fasi del ciclo colturale e in modo particolare quando si ricorre alla semina diretta e si opera in terreni sciolti caratterizzati da una ridotta capacità di ritenzione idrica. Pertanto, si interviene quasi giornalmente. La concimazione viene effettuata sia all'impianto, con l'apporto di sostanza organica (letame) o di concimi minerali ternari, sia in copertura intervenendo due o tre volte con concimi azotati, nitrato ammonico e/o solfato ammonico. La raccolta viene effettuata a mano, quando i bulbi raggiungono una considerevole pezzatura ed i 'colli' prendono un colore rosso intenso. Le cipolle, quindi, vengono estirpate e lasciate in campo a disidratarsi per almeno 8 giorni. Per il cipollotto e la cipolla da consumo fresco, invece, l'estirpazione avviene quando il prodotto è ancora con le code di verde intenso ed i colli iniziano a colorarsi di rosso. In funzione della tecnica adottata (piantamento dei bulbi, semina diretta, trapianto), la coltivazione può iniziare da fine agosto ad inizio ottobre, e la conseguente raccolta da ottobre anche fino a marzo. La cipolla è composta da varie tuniche concentriche carnose di colorito bianco e con involucro rosso.
La dolcezza dell'ortaggio pare dipenda dal microclima particolarmente stabile nel periodo invernale, senza sbalzi di temperatura per l'azione di mitezza esercitata dalla vicinanza del mare, e dai terreni freschi e limosi, che determinano le caratteristiche





VALORI NUTRIZIONALI PER 100 G DI CIPOLLE CRUDE 26 KCAL / 110 KJ
Acqua 92,10 g
Carboidrati 5,70 g
Zuccheri solubili 5,70 g
Proteine 1 g
Grassi 0,10 g
Fibra totale 1 g
Sodio 10 mg
Potassio 140 mg
Ferro 0,40 mg
Calcio 25 mg
Fosforo 35 mg
Vitamina B1 0,02 mg
Vitamina B2 0,03 mg
Vitamina B3 0,50 mg
Vitamina A 3 g
Vitamina C 5 mg

pregiate del prodotto. La forma è rotonda od ovoidale. Il gusto è determinato in particolare dalla consistente presenza di zuccheri tra i quali glucosio, fruttosio, saccarosio. Contiene, inoltre, vitamina C, vitamina E, ferro, selenio, iodio, zinco e magnesio. Plinio il Vecchio, in Naturalis Historia, fa riferimento alla cipolla rossa come rimedio per curare una serie di mali e di disturbi fisici. Questo magico dono della natura, coltivato sui suoli vulcanici, freschi, profondi, ricchi soprattutto di potassio, particolarmente fertile, rappresenta un vero e proprio elisir di lunga vita. La cipolla di Tropea, infatti, previene infarti e malattie cardiovascolari, ha proprietà antibiotiche e antiossidanti; contiene tioli, composti organici naturali che contrastano l'accumulo di sedimenti grassi, facendo pulizia tra le lipoproteine che inquinano il sangue e induriscono le arterie, è indicata come rimedio contro le malattie della pelle, dona sollievo in caso di raffreddore e influenza, è un antiemorragico, tonifica le vene e le arterie, esercita un'azione benefica sulla diuresi e sull'ipertensione, cura le infezioni intestinali, previene la calcolosi renale e la pertosse, è diuretica. La cipolla di Tropea, così come le altre cipolle, contiene solo 26 calorie ogni 100 grammi di prodotto ed è indicata nelle diete dei cardiopatici per il suo potere antisclerotico, combatte il deficit fisico per l'alto contenuto di ferro e vitamine, contrasta i radicali liberi, abbassa i livelli di colesterolo cattivo nel sangue. Flavonoidi, fenoli, quercetina e sali minerali riducono notevolmente il rischio di cancro alla laringe, al fegato, al colon e alle ovaie, mentre i solforati di cromo sono efficaci nella cura del diabete, riducendo gli zuccheri nel sangue. Le cipolle sono una delle principali fonti di fruttani, fibre solubili prebiotiche molto benefiche per la salute del nostro apparato gastro-intestinale, ma che possono dare un po' di gonfiore e problemi digestivi ad alcune persone particolarmente sensibili. Le cipolle hanno proprietà antimicrobiche poiché il loro consumo può sopprimere la crescita di microrganismi dannosi, come batteri e lieviti grazie all'azione dei composti dello zolfo ed alla quercetina. Sono ricche di sostanze antiossidanti efficaci nel contrastare e prevenire numerose patologie. Pare, inoltre, che la quercetina inibisca la produzione di istamina, che è la sostanza che causa le reazioni allergiche. La quercetina si trova anche in altri vegetali, tra cui i mirtilli, ciliegie, uva, prezzemolo, tè, mele. Se, quindi, a questi benefici aggiungiamo i più 'banali' effetti disintossicanti , infatti, le cipolle rosse sono altamente diuretiche, e se cotte sono lassative e le proprietà antibatteriche (dovute ad una sostanza che si chiama allicina), abbiamo diversi ottimi motivi per aggiungerle alla nostra dieta.

La cipolla di Tropea, ideale per soffritti, sott'aceto, nelle insalate miste con pomodori freschi, olive e origano, è l'ingrediente principale di numerose golosità tra cui gelati e una buonissima confettura ottima con la carne, col formaggio pecorino stagionato, con caciocavallo, gorgonzola e frittate in genere.













La Cipolla di Isernia:



tutte le sue straordinarie proprietà benefiche

Dott.ssa Marisa Cammarano
- Biologa Nutrizionista

La cipolla di Isernia, conosciuta anche come cipolla di San Pietro, è una varietà locale selezionata dai contadini isernini negli anni e che rientra nella tipologia della cipolla fresca. La Cipolla di Isernia è un Prodotto Agroalimentare Tradizionale Italiano (P.A.T.). Il territorio di produzione coincide con quello del comune di Isernia ma si coltiva anche in alcuni terreni nei comuni limitrofi (come Macchia di Isernia e Sant'Agapito) caratterizzati da un'altitudine che non supera i 550 metri sul livello del mare, un'abbondanza di acqua e da un clima con estati mediamente calde e inverni mediamente freddi. La semina viene effettuata ad agosto mentre il trapianto alla fine di ottobre/novembre. Pianta particolarmente rustica adatta a terreni marginali, necessita di una zappettatura a primavera e di una concimazione organica con letame. La raccolta della cipolla inizia nel mese di giugno e si esegue esclusivamente a mano con l'ausilio degli attrezzi tradizionali, come la zappa ed il bidente. Dopo la raccolta, le radici vengono tagliate, le prime foglie asportate con taglio a circa 8-10 cm sopra il bulbo. I bulbi vengono messi in mazzetti di due, tre e quattro a seconda della grandezza e conservati sotto tettoie arieggiate oppure in locali tipo fondaci ventilati. Il bulbo isernino si raccoglie tradizionalmente tra la prima e la seconda decade di giungo e, più precisamente, prima della "Fiera dei Ss. Pietro e Paolo" che si tiene alla fine di giugno. La cipolla di Isernia presenta come carattere distintivo un bulbo bianco, molto schiacciato e con una pezzatura mediamente compresa tra i 100 ed i 300 grammi (anche se può raggiungere un peso molto più elevato). Si distingue poi per il sapore dolce ed un odore non troppo accentuato, motivi per cui si consuma soprattutto a crudo in insalata. Inoltre, si usa per preparare la cipollata, un tipico piatto della tradizione contadina: si stufano le cipolle nell' olio, si aggiungono prezzemolo, pepe e uova e si consuma con pane fresco. La cipolla di Isernia è associata alla fiera isernina dei Santi Pietro e Paolo, tanto che viene

chiamata anche "delle cipolle" dato che tali ortaggi ne sono sempre stati i protagonisti. Questo prodotto è menzionato in alcune parti della Bagliva della fedelissima regia città di Isernia, un documento del 1487: qui si può leggere che i venditori dovevano versare un tributo per "ogni salma di cipolle" e che per non danneggiare i produttori locali si poteva proibire ai commercianti di fuori città la vendita di più generi alimentari, tra cui "agli e cepolle". In una monografia su Isernia (risalente al 1858) si può trovare un'altra menzione che fa riferimento alle fiere, tra cui quella di San Pietro conosciuta già allora per *"lo grande smaltimento di cipolle"*. Negli anni il numero dei produttori di cipolla di Isernia è diminuito drasticamente, infatti negli ultimi quarant'anni il tessuto della città è cambiato notevolmente: da paese che basava la propria economia prevalentemente sull'agricoltura e sull'artigianato, si è passati ad essere legati alle attività del settore terziario. Oggi ci sono poco più di una ventina di produttori che coltivano questa cipolla nei loro piccoli orti e le quantità sono limitate. Diventa importante promuoverne la conoscenza così da non perdere questo prodotto che per secoli ha rappresentato una fonte di ricchezza per la comunità locale. Anticamente, veniva usata in campo medico per curare le cisti, attraverso impacchi di cipolla cotta mentre la foglia di cipolla riscaldata veniva utilizzata per i duroni ai piedi. La raccolta viene fatta esclusivamente a mano con l'ausilio di attrezzi tradizionali (zappa, bidente). Dai racconti dei nonni, degli zii e dei parenti più anziani si nota una certa malinconia e attaccamento a questo prodotto genuino ed unico. In passato era ambita da tutti, tanto che ne fu istituita una vera e propria fiera per permettere agli abitanti dei paesi limitrofi ad Isernia, di venire a farne scorta per l'inverno. Il clima isernino perciò costituisce, ancor oggi, la condizione ideale per la coltivazione della cipolla bianca. Si perde nella storia la prima edizione de "La fiera delle cipolle di Isernia", ma ciò che conta davvero è che ancor oggi se ne rinnovi la tradizione. È molto scenografica per le montagne di cipolle sapientemente adagiate l'una sull'altra, ma soprattutto profumata: se ne percepisce il profumo sottile ed invitante. La cipolla di Isernia ha la caratteristica della sua forma piatta e schiacciata, oltreché del profumo particolare. Di colore bianco e dal sapore dolciastro si adatta ad accompagnare molti piatti di pasta. Il suo sapore le permette di essere mangiata anche da sola, appena scottata, col pane. Il peso varia tra i 200 ed i 300 grammi: in media 100 cipolle pesano 25 chili. In occasione della ricorrenza dei Santi Pietro e Paolo, ad Isernia si respira l'autentico profumo di questo prodotto unico ed indiscusso. Nello slang locale viene chiamata anche "cipolla di San Pietro": dalla tradizione, a cui si lega la definizione, si racconta della madre di San Pietro Apostolo donna avara e cattiva, mentre sciacquava in un ruscello delle cipolle appena colte, se ne fece sfuggire una di mano, che fu portata via dalla corrente. Poco più giù, una povera vecchina riuscì ad afferrare l'ortaggio e chiese alla madre di san Pietro il permesso di mangiarlo, perché aveva fame. La donna, per la prima volta nella sua vita, fu colta da benevolenza e annuì. Quando morì, fu mandata all'inferno a causa della sua avarizia. Allora, ricorse al figlio. «Figliolo, mi hanno messo tra le fiamme; è un tormento. Non abbandonare la tua mammina, portami in paradiso». San Pietro le rispose che non si poteva: «Cosa direbbero le altre anime, mamma?». La donna, però, non faceva altro che chiamarlo per ripetergli di trasferirla in paradiso. Così, per far cessare quel lamento, san Pietro si decise ad invocare l'intervento di Gesù per tirarla via di lì. «Dopo tutto – disse il santo al Signore –, una volta ha fatto la carità ad una vecchia affamata. Le ha regalato una cipolla». A Gesù venne quasi da ridere, però, per far piacere a Pietro, acconsentì che la madre potesse uscire dall'inferno. «Se è stata così caritatevole – rispose ironicamente Gesù –, falla appendere ad una resta di cipolle e portala con te in paradiso». Appesa la madre alla resta, il santo cominciò a farla salire verso il paradiso, ma altre anime dannate si avvinghiarono alla veste della donna per salvarsi anch'esse. Ella, allora, cattiva com'era, urlò loro di staccarsi





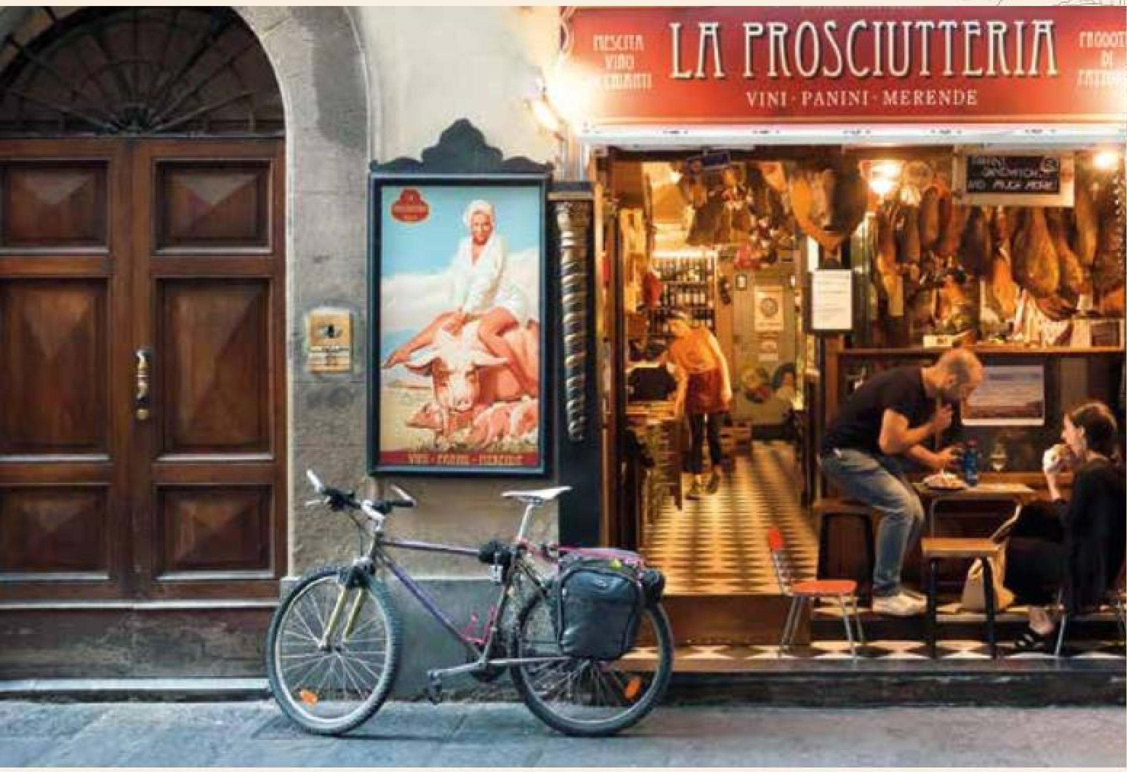
e menò calcioni, perché voleva salvarsi da sola. E tanto urlò e si dimenò che la resta si spezzò, facendola precipitare nuovamente e definitivamente all'inferno. Fra le manifestazioni di più ampio respiro va ricordato il gemellaggio con la città di Tropea, patria della cipolla rossa, che si è concluso con un'immancabile degustazione delle due cipolle di una maxi frittata di 350 uova e 70 chili di cipolla. E' importante divulgare la cultura di questo piatto unico, così come accade per le specialità delle regioni italiane, ed incentivare anche la produzione e commercio della cipolla bianca di Isernia.

Effetti salutari

Gli studi effettuati sugli animali, ma anche sull'uomo, hanno dimostrato che le cipolle possono abbassare i livelli degli zuccheri nel sangue. In particolare, uno studio del 2010 pubblicato su ***Environmental Health Insights***, avrebbe studiato l'effetto ipoglicemico delle cipolle in pazienti affetti da diabete di tipo 1 e diabete di tipo 2, dimostrando che il consumo di 100 grammi di cipolle crude al giorno determinerebbe una significativa riduzione della glicemia ematica.
La cipolla fa bene anche alle ossa. Gli studi sugli animali hanno dimostrato che il consumo di cipolle presenta effetti protettivi nei confronti dell'osteoporosi e migliorerebbe anche la massa ossea. A conferma di questi risultati, un grande studio osservazionale del 2009 pubblicato su Menopause, che ha coinvolto oltre 35 milioni di donne di almeno 50 anni di età, ha evidenziato come il consumo regolare di cipolle sia correlato all'aumento della densità ossea e alla riduzione del rischio di frattura all'anca di oltre il 20% rispetto a chi non ha mai consumato cipolle.
Il consumo grazie al contenuto di acqua, favorisce la diuresi e l'eliminazione delle scorie, risultando un aiuto per combattere la ritenzione idrica e un alimento amico delle diete. Inoltre, grazie alle sue proprietà antibatteriche e antinfiammatorie, la cipolla è considerata un buon rimedio naturale contro la cistite. Numerosi studi osservazionali hanno associato l'aumento del consumo di cipolle alla riduzione del rischio di diversi tipi di tumore come quello allo stomaco, al seno, del colon e alla prostata.
Le proprietà della cipolla si estendono anche alla salute del cuore. Gli studi effettuati sugli animali hanno evidenziato infatti che i composti dello zolfo presenti in questi ortaggi avrebbero un'azione anticoagulante, ridurrebbero i livelli ematici di colesterolo e dei trigliceridi e migliorerebbero anche la funzione della membrana cellulare dei globuli rossi.
Grazie alla sua azione antibiotica, mucolitica e antinfiammatoria, la combinazione dello sciroppo di cipolla con un po' di miele costituisce il rimedio della nonna ideale in caso di affezioni respiratorie come catarro, sinusite, faringite, laringite, bronchite, tosse e asma bronchiale.
I folati presenti nelle cipolle impediscono un'eccessiva formazione di omocisteina nel corpo che, se in eccesso, può interferire con la produzione degli ormoni del buonumore (la serotonina, la dopamina e la noradrenalina) che regolano non solo l'umore, ma anche il sonno e l'appetito.
Il consumo di cipolla può avere, però, anche controindicazioni. In particolare ricordiamo: che le cipolle contengono i FODMAPs, carboidrati a catena corta che molte persone fanno fatica a digerire e che possono causare sintomi digestivi sgradevoli come gonfiore addominale, aerofagia, crampi e dissenteria. In particolare, chi presenta maggiore sensibilità nei confronti dei FODMAPs sono i soggetti affetti da sindrome dell'intestino irritabile (IBS), i quali dovrebbero limitare fortemente o evitare del tutto il consumo delle cipolle.
Irritazione ad occhi e bocca: è il problema più comune che si manifesta quando si decide di maneggiare una cipolla in cucina ed è causato dai fattori lacrimali (LF), gas volatili che tramite una reazione a catena, vengono rilasciati dalle cellule della cipolla quando questa viene danneggiata. I fattori lacrimali, quando raggiungono i nostri occhi, attivano specifici sensori che causano una sensazione pungente seguita dalla lacrimazione che rappresenta la reazione di difesa per contrastare i gas irritanti. I fattori lacrimali sono anche responsabili della sensazione di bruciore che si percepisce in bocca quando le cipolle vengono consumate crude, sensazione che è ridotta o eliminata del tutto con la cottura. Per evitare di lacrimare, tagliare le cipolle sotto l'acqua corrente oppure bagnare il coltello con acqua fredda, impedendo ai gas di dissolversi nell'aria.
Tossicità negli animali: se per noi umani le cipolle sono un alimento molto sano, possono invece essere mortali per alcuni animali, tra cui cani, gatti e cavalli. I principali colpevoli sono i composti solfossidi e solfuri, che possono indurre una malattia chiamata anemia da corpi di Heinz o anemia emolitica. È quindi fondamentale che i nostri amici a 4 zampe non consumino mai nella loro dieta le cipolle.
Cipolla cruda o cotta? Decisamente meglio consumare la cipolla cruda perché i composti fenolici e solforati di cui sono ricche, non sono resistenti al calore e con la cottura si perdono pian piano.

Viaggio in Toscana: *il lampredotto*





di Caterina Vianello

Il nostro viaggio tra gli street food regionali prosegue questo mese con una tappa in Toscana.
Assaggio imprescindibile per chiunque arrivi a Firenze – ma si scopre ben presto come in realtà la tradizione sia ancora ben viva tra i fiorentini – è il panino con il lampredotto che, allineandosi alle origine degli altri cibi di strada che abbiamo passato in rassegna, vanta origini assolutamente popolari e antiche. Se oggi i chioschi che lo preparano e lo vendono si sono perfettamente adattati alla modernità, è pur vero che discendono direttamente da quei "banchini dei trippai", come li chiamano a Firenze, che altro non erano se non carretti di legno trasportati a mano o appoggiati su tricicli a pedali. A voler risalire ancora più indietro nel tempo e per amor di precisione, in realtà, bisogna citare le botteghe dei trippai o lampredottai. Si deve a loro infatti, se nel Quattrocento comincia a diffondersi l'usanza di preparare, cucinare e vendere le interiora dei bovini.
Le origini umile del piatto affondano nel periodo medievale e nella diversa alimentazione che sanciva una differenza di classe tra nobiltà e classi popolari. Se alla prima infatti erano destinati i tagli più pregiati della carne bovina, i secondi – quando pure avevano a disposizione la carne, particolare non così scontato – dovevano accontentarsi delle parti meno pregiate, che venivano preparate nelle botteghe che si trovavano nei pressi del fiume Arno.
Sulle origini del nome, le ipotesi sono simili: secondo alcuni il termine lampredotto derive-







La preparazione del lampredotto prevede che l'abomaso venga bollito in acqua con pomodori, carote, cipolle, prezzemolo, basilico, sedano e chiodi di garofano.

rebbe da lampreda, un'anguilla in passato molto diffusa nell'Arno, simile per colorazione e forma alle frattaglie bovine. Altri invece condiscono questa versione con l'ironia tipica dei fiorentini: essendo la lampreda un piatto amato dalla nobiltà cittadina e quindi di difficile accesso alle classi meno abbienti, queste ultime avrebbero deciso di tradurre in termini gastronomici propri una preparazione di tutt'altra origine, bovina e terrestre.
Per spiegare cos'è esattamente il lampredotto, è opportuna una premessa sulla conformazione dello stomaco dei bovini o meglio sulla sua suddivisione in 4 sezioni. La prima è il rumine: un prestomaco che corrisponde a circa l'80% dell'apparato digerente bovino e quello che viene chiamato di solito trippa. La seconda parte è il reticolo, dall'aspetto spugnoso e bordi seghettati, mentre il terzo prestomaco è l'omaso che va a comporre la trippa assieme al rumine ed è formato da tante lamelle. L'abomaso è lo stomaco vero e proprio, che viene venduto solitamente a parte e che non compone la classica trippa: l'abomaso è appunto la parte che i toscani chiamano lampredotto.
Comprende la gala, una parte magra caratterizzata da creste violacee dal sapore intenso e la spannocchia, più grassa e dura e dal colore chiaro. La preparazione del lampredotto prevede che l'abomaso venga bollito in acqua con pomodori, carote, cipolle, prezzemolo, basilico, sedano e chiodi di garofano. La cottura deve avvenire a fuoco lento per circa un'ora, mescolando di tanto in tanto. Una volta pronto, viene scolato e tagliuzzato in pezzetti. E sono proprio questi tocchetti, conditi con sale e pepe, con salsa verde, realizzata con acciughe, aglio, cappe-



ri, prezzemolo e uovo, o con salsa piccante, ad essere protagonisti del tipico panino con il lampredotto venduto dagli ambulanti. Anche i panini che accolgono il ripieno hanno un nome ben preciso: si chiamano semelle. L'usanza vuole la parte superiore del panino venga bagnata nel brodo di cottura, per renderlo ancora più saporito e carico di gusto: non a caso nei banchini è sempre presente un pentolone di brodo bollente e fumante dal quale vengono estratti mestoli pieni e pronti per inumidire il pane.
Anche se quello all'interno del panino resto il modo più tipico di assaggiare il lampredotto, un'altra usanza è quella di provarlo "in zimimo", cioè in umido e abbinato a verdure a foglia verde (bietole), all'uccelletto (con salsiccia, fagioli e pomodoro), o accompagnato da patate, cipolle, porri o carciofi. Tuttavia i puristi del lampredotto, ed è qui in effetti che si mette alla prova lo stomaco dei forestieri - rispettano l'accompagnamento classico con il pane: un modo per perpetuarne la tradizione e celebrarne le origini umilissime.

L'usanza vuole la parte superiore del panino venga bagnata nel brodo di cottura, per renderlo ancora più saporito e carico di gusto




LE NOSTRE FARINE,
LA TUA PASSIONE PER LA PIZZA.
Abbiamo dato vita a una gamma completa di farine, miscele e prodotti per pizza di alta qualità, ingredienti eccellenti con cui esprimere la tua personalità.
Scopri la tua farina ideale su le5stagioni.it
le 5 Stagioni
LA PASSIONE PER LA PIZZA
Un brand Agugiaro & Figna



La Galanga

Una interessante spezia orientale, da tempo scomparsa dall'Europa

09

di Giampiero Rorato



Questa è una spezia poco conosciuta e poco usata da noi, ma è molto interessante e non andrebbe trascurata. È simile allo zenzero ed è presente in natura in due tipi, chiamati "minore" *(Alpina officinarum)* e "maggiore" *(Alpina galanga)*. La prima è originaria della Cina meridionale, la seconda dall'Indonesia. Già conosciuta e impiegata dagli antichi Egizi, arrivò in Europa nel corso del Medioevo, venendo usata sia come medicina, che come spezia.
Ha scritto Ildegarda di Bingen, monaca benedettina tedesca vissuta nel XII secolo, dichiarata Santa da papa Benedetto XVI, universalmente conosciuta anche come profetessa, guaritrice, erborista, naturalista, cosmologa, filosofa, artista, poetessa, drammaturga, linguista, e consigliera politica:

"La galanga è completamente calda. Non contiene alcuna freddezza ed ha un grande potere. Una persona con febbre alta beva della galanga in polvere, disciolta in acqua di fonte, e la febbre passerà. Chi avesse un accumulo di cattivi umori nella schiena e nei fianchi, faccia bollire della galanga nel vino e lo beva frequentemente: il fastidio passerà. Se una persona ha dolore al petto (al cuore) e respiro corto e affannoso, assumendo della galanga, starà subito meglio."



La galanga minore ha aroma piuttosto pungente, sentore di eucaliptus e sapore abbastanza vicino a quello del cardamomo e dello zenzero, mentre la galanga maggiore ha sapore che ricorda un misto di zenzero e pepe con un goccio di limone.
In Oriente entrambi le varietà sono usate fresche negli stufati e nei piatti al curry e in Thailandia trova soprattutto impiego la galanga maggiore, che è preferita allo zenzero.



In Cina, dove la popolazione ricorre da sempre al potere medicinale delle spezie e delle erbe, al posto delle radici vengono usati i frutti come rimedio curativo. Nel Sudest asiatico viene preparato un tonico con lime e radice di galanga grattugiata, comunque in Oriente è considerata un ottimo aiuto nei problemi respiratori e per eliminare il catarro.
In Europa, come attesta santa Ildegarda prima ricordata, la galanga era molto presente nel Medioevo come rimedio medicinale, infatti a questa radice vengono attribuite numerose proprietà benefiche simili a quelle dello zenzero. Stimola la digestione e aiuta a calmare lo stomaco. Allevia la nausea e previene i gonfiori intestinali. Ha un leggero effetto lassativo e aiuta nella regolarità intestinale. Viene utilizzata per preparare bevande e rimedi naturali utili a depurare l'organismo.
Aggiungo una nota interessante. In certe aree dell'Europa medioevale – ma non per santa Ildegarda, monaca seria e vera scienziata – la galanga era considerata una spezia magica dalla duplice proprietà: scacciava gli spiriti maligni e rafforzava la virilità maschile.
Da molto tempo, ormai, la galanga non è più usata in Europa e la si può comunque trovare in negozi specializzati di spezie orientali.






cameo
Ciobar
Panna spray
Non c'è cioccolata senza panna!
Una bontà da vero Professionista
Novità
cameo
Ciobar
Panna spray
Senza Glutine
Per uso professionale
Scopri il System
Panna Spray Ciobar 500g
Già zuccherata, senza glutine.
Ideale per decorare cioccolate calde, caffè golosi, fragole, macedonie, gelati e dessert.
CIOCCOLATIERA
CIOBAR 1 KG • 4 GUSTI
CIOBAR TOP
DECORAZIONI ASSORTITE
www.cameo-professional.it
SERVIZIO CONSUMATORI cameo
800-829170
www.cameo.it/contatti


BIRRA ARTIGIANALE
BIRRA ARTIGIANALE
INDIPENDENTE
ARTIGIANALE
UNA GARANZIA
UNIONBIRRAI

Un marchio ***per la Birra*** *artigianale italiana*

di Alfonso Del Forno

La birra artigianale è una delle categorie merceologiche italiane che più di altre ha registrato una crescita costante negli ultimi anni. Il fatto che in Italia ci siano più di 800 birrifici che producono questo tipo di birra, ha indotto la politica a tutelare queste produzioni con l'emanazione di una legge, unica al mondo, che definisce la "Birra Artigianale". Il 6 luglio 2016 è una data storica in questo senso. Il Senato ha infatti approvato il Collegato Agricoltura contenuto nel DDL S 1328-B (Disposizioni in materia di semplificazione, razionalizzazione, competitività per l'agroalimentare) e gli articoli 35 e 36 del documento sono stati dedicati alla denominazioni di birra artigianale e alla filiera del luppolo.

Una birra, ai sensi delle normative italiane, può essere definita "artigianale" se rispetta quattro parametri: non deve subire un processo di microfiltrazione, non deve essere pastorizzata, il birrificio deve essere economicamente indipendente e la produzione annua non deve superare i 200.000 ettolitri annui. Questa normativa ha permesso all'Italia di essere l'unico paese al mondo che ha regole chiare per definire la birra artigianale, utile a tutelare i consumatori nella scelta dei prodotti esistenti in commercio. Per aumentare tale tutela a vantaggio dei consumatori, è intervenuta anche Unionbirrai, l'associazione di categoria dei piccoli birrifici indipendenti.

LA BIRRA

Unionbirrai ha ufficialmente adottato il primo marchio collettivo per la tutela dei consumatori e dei produttori di birra artigianale italiana. Il simbolo "Indipendente Artigianale" è già apponibile su bottiglie e imballaggi e assicura le caratteristiche di indipendenza del produttore e di artigianalità del prodotto. Il marchio può essere concesso ai piccoli birrifici indipendenti associati Unionbirrai dotati di codice accisa e deputati alla produzione esclusiva di birra artigianale. Con la richiesta del simbolo le aziende si impegnano a sottoporsi in modo collaborativo alle visite ispettive dell'Associazione, che potrà revocare il marchio in caso di infrazioni. I birrifici associati UB possono richiedere e utilizzare il marchio gratuitamente. Questo è solo l'ultimo passo fatto da Unionbirrai, che da vent'anni supporta il movimento della birra artigianale in Italia. Per meglio capire il ruolo svolto dall'associazione di categoria, è necessario conoscere come si è evoluto il settore della birra artigianale in Italia dalle origini a oggi. Nel nostro paese oggi ci sono circa 800 birrifici artigianali indipendenti, molti dei quali apparsi negli ultimi vent'anni. La nascita di questo mercato totalmente nuovo ha portato a queste realtà la voglia e la necessità di confrontarsi, di lavorare assieme per risolvere le problematiche e cercare visibilità. Queste motivazioni hanno portato un piccolo gruppo di artigiani ad incontrarsi nel 1996 e a costituire, nel 1998, la prima associazione di microbirrifici in Italia: Unionbirra, nome modificato quasi immediatamente in Unionbirrai.
Fin dai primi mesi di lavoro si rivelano il grande entusiasmo degli associati, ma anche le difficoltà che devono affrontare, in particolare nel confronto con le istituzioni, ancora impreparate ad affrontare metodi di produzione e problematiche specifiche connesse all'attività dei microbirrifici. Unionbirrai inizia con gli anni ad acquisire sempre più soci e a partecipare alle più importanti manifestazioni nazionali di promozione del patrimonio gastronomico, in cui si tengono degustazioni di grande successo di pubblico e un interesse crescente da parte degli addetti ai lavori dedicate alla birra artigianale.
Nel 2005 viene organizzato per la prima volta "Birra dell'Anno", il concorso che premia le migliori birre artigianali italiane e nello stesso anno l'associazione diviene Membro effettivo dell'EBCU - European Beer Consumers Union, di cui oggi è membro all'interno del Comitato Direttivo.
Nel 2008 viene consolidata l'azione di tutela dei piccoli produttori attraverso l'accreditamento ufficiale presso l'Agenzia delle Dogane e i diversi enti preposti al controllo della produzione di birra: da allora Unionbirrai partecipa attivamente ai tavoli tecnici necessari all'adeguamento normativo relativo alla produzione birraria nel nostro Paese.
Oggi Unionbirrai è diventata un'Associazione di Categoria che guarda al futuro dei Piccoli Produttori Indipendenti di Birra presenti su tutto il territorio italiano, con la serietà e determinazione necessaria allo sviluppo del comparto e lo stesso contagioso entusiasmo dei pionieri della Birra Artigianale Italiana. Il 28 dicembre 2018 Unionbirrai ha firmato un accordo con l'Ispettorato centrale della tutela della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari del Ministero delle Politiche agricole alimentari, forestali e del turismo per tutelare la birra artigianale così come definita dalla legge 154/2016.
L'accordo nello specifico riguarda la condivisione delle linee guida volontarie per gli associati ad Unionbirrai, relativamente alle pratiche di microfiltrazione e ai processi produttivi, l'attività di formazione a beneficio di produttori e consumatori, e soprattutto la possibilità di segnalare all'ICQRF abusi nell'uso della denominazione "Birra artigianale".
Con questa collaborazione, il Ministero delle Politiche agricole alimentari, forestali e del turismo ha voluto valorizzare e riconoscere tutte le realtà grandi e piccole della filiera, promuovendo i produttori italiani e sensibilizzando i consumatori di fronte alle eccellenze birrarie italiane.

Illustrazioni di Antonella Manenti




QUANDO IL DESSERT SENZA GLUTINE
E' SERVITO IN UN MINUTO
· MONOPORZIONATO
· SURGELATO
· SENZA GLUTINE E SENZA FRUMENTO
· CON IL 22% DI CIOCCOLATO FONDENTE
Schär
GLUTEN-FREE
Dr Schär Foodservice
TORTINO AL CIOCCOLATO
THE BEST FOR YOUR GUESTS

ricette... mondiali!

ristorante Qu'il faut, da Pire sur Seiche (Francia)



"passeggiata"



autori: Ghani Ali con Jerome Jouada

2° classificati pizza a due 2017

farcitura: pesto di ortiche, mozzarella, escargots, anguilla affumicata, erbe selvatiche

ristorante pizzeria Altrimenti, Nele (Genova)



"un futuristico ricordo della vecchia genova"



autore: Rossi Stefano con Luigi Cambiaso

3° classificati pizza a due 2017

farcitura: plancton marino, vellutata di patate, ristretto di rapa rossa, crudo e cotto di gambero di S. Maria, dadolata di fois gras, sfere molecolari di plancton, sfere molecolari di pesto genovese, uova di salmone, pomodoro confit e basilico fresco



pizzeria Blender (Oslo)

"tartufa e agnello"





autore: Corsi Elio

3° classificato pizza senza glutine 2017

farcitura: crema di carciofi di Gerusalemme, mix di insalata, zucchine, Parmigiano Reggiano 36 mesi, agnello, tartufo, semi di girasole tostati

pizzeria al Canton – Legnaro (Padova)

"fantastica"



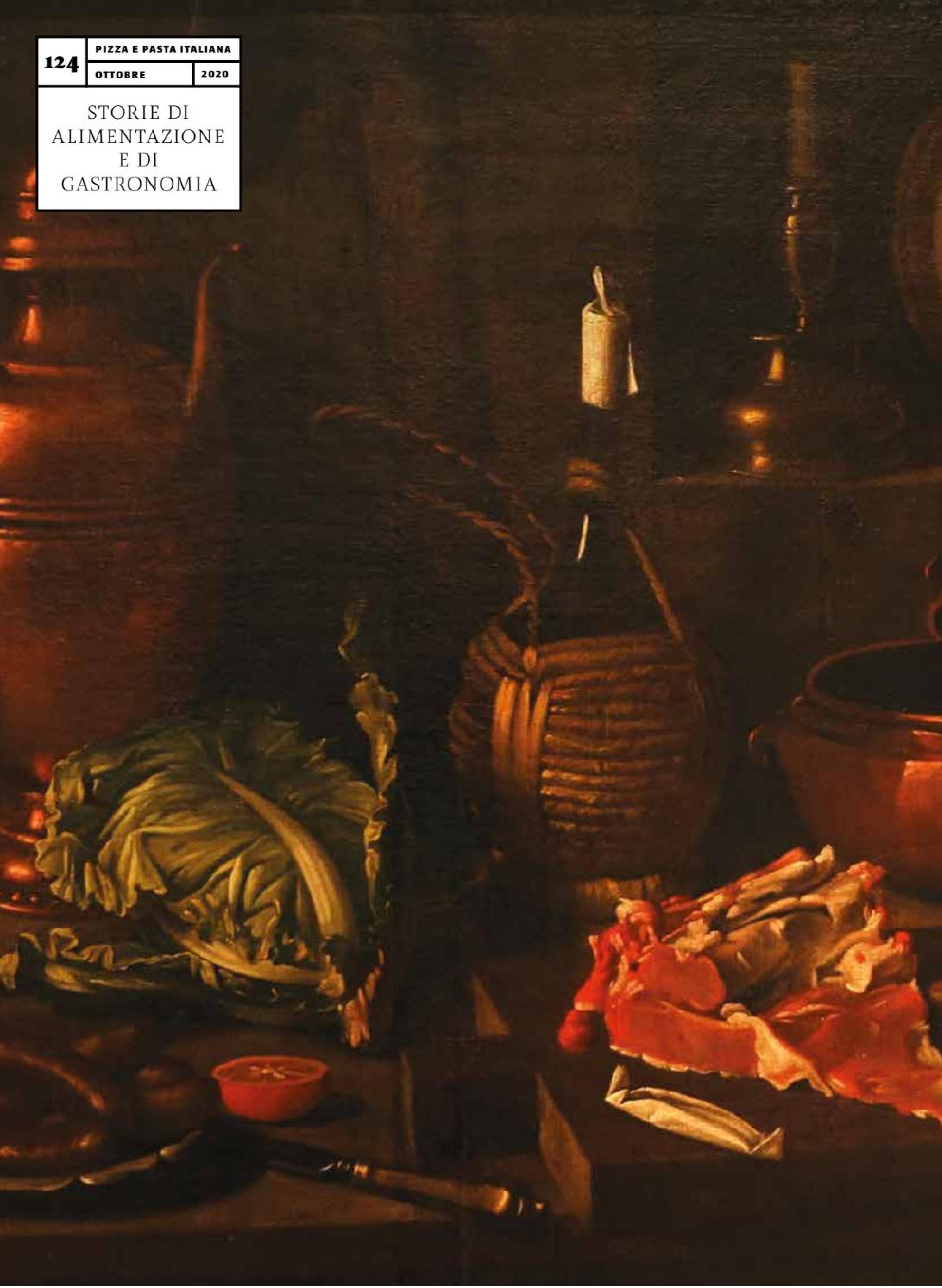


autore: Rosso Massimo

3° classificato pizza in pala 2017

farcitura: crema di zucca, mozzarella, carciofi, funghi, gorgonzola, pomodorini, crescione, Pecorino

STORIE DI ALIMENTAZIONE E DI GASTRONOMIA



La cucina nell'età vittoriana

un periodo lungo oltre 60 anni nel quale il mondo è cambiato

di Stefano Buso

A SINISTRA,
Carlo Magini, Natura morta con costolette d'agnello su tagliere, piatto di salsicce, cavolo e prosciutto appeso

Per età Vittoriana si intende il periodo temporale incluso nel regno della regina Vittoria, e cioè dal 20 giugno 1837 fino alla morte della sovrana, avvenuta il 22 gennaio 1901. Furono anni cruciali per la storia britannica e per il resto del mondo, poiché avvennero importanti cambiamenti sotto ogni aspetto. L'Europa di allora aveva un'identità differente dall'attuale, dove continue rivalità compromettevano relazioni diplomatiche e scambi commerciali. Nel XIX secolo, epoca della "corsa alle colonie" e spartizione dell'Africa, il Regno Unito rafforzò ulteriormente il proprio status di potenza coloniale, rivoluzionando completamente la vita in madrepatria, poiché il territorio assoggettato influenza sotto molteplici prospettive il paese occupante. L'impero inglese e i propri insediamenti sono un esempio paradigmatico di questo fenomeno. L'età vittoriana fu inoltre teatro della prima rivoluzione industriale, tra produzione pesante e nuove tecnologie che spinsero i contadini a emigrare nelle città in cerca di fortuna. Nelle periferie urbane vennero edificati casamenti e tuguri destinati ai nuovi arrivati. In poco tempo, il picco demografico salì e con esso problemi sociali ed economici immaginabili. In



IN FOTO,
John Atkinson Grimshaw, Liverpool Quay by Moonlight



IN FOTO,
Phillip Jakob Loutherbourg, Coalbrookdale at night

un contesto simile, cosa del resto facilmente intuibile, le abitudini alimentari erano variegate e influenzate da diversi fattori, ma soprattutto dal ceto di appartenenza.
Come accennato, l'Impero britannico vide un'enorme espansione durante l'età vittoriana, assicurandosi territori in Africa, quali Sudafrica, Egitto, Kenya e Rhodesia (l'attuale Zimbabwe), e consolidando le vecchie colonie in Asia, prima fra tutte l'India, dalla quale venivano esportate svariate materie prime, nonché generi alimentari.
I possedimenti della Gran Bretagna fecero sì che nuovi prodotti agroalimentari trovassero impiego in riva al Tamigi, basti pensare al tè o alle spezie. Sin dai primi scambi commerciali, gli aromi di paesi lontani hanno rappresentato benessere e ricchezza, e il loro impiego – in cucina come in farmacopea – segno di distinzione sociale e di benessere. L'Inghilterra ottocentesca non era dissimile, e i convivi



IN FOTO, *Roland de la Porte Natura morta con frutta e pane*

delle classi agiate facevano ampio uso di prodotti provenienti da ogni dove. Erbe aromatiche e odori erano utilizzati non solo per esaltare il sapore dei manicaretti, ma anche per occultarne il cattivo odore causa la mancanza di idonee attrezzature atte alla conservazione. Tuttavia, nella prima metà del XIX secolo, fecero capolino le prime ghiacciaie con rinforzo in rame, che anticiparono l'entrata in scena dei frigoriferi negli anni Dieci del '900. Si trattava comunque di prodotti costosi che solo pochi fortunati potevano permettersi. Vero bubbone del tempo erano le condizioni igieniche, lacunose in ogni frangia sociale. In verità, non era solo la mancanza di sapone a creare problemi alla salute, ma anche alcune condotte truffaldine attuate da personaggi privi scrupoli. Un fattaccio scandaloso che caratterizzò l'età vittoriana fu quello della sofisticazione alimentare, in particolare per quanto concerne la lavorazione del pane. Con i grandi spostamenti dalla campagna alla città, le famiglie smisero di preparare il pane in casa e iniziarono ad acquistarlo. Purtroppo, in quegli anni, ci furono diversi casi di intossicazione "da pane" preparato non proprio secondo manuale. Per lucrare c'era la tendenza di allungare le farine col gesso e altri prodotti non commestibili, che a cottura ultimata rendevano le pagnotte candide proprio come desideravano le massaie dell'epoca, nondimeno col passare del tempo causavano malanni alla salute dei consumatori. Basti pensare cosa può provocare il gesso da presa all'apparato digerente. Per certo, gli unici a beneficiarne erano i mugnai e i fornai, che con questi trucchi alimentavano i loro ingiusti guadagni.




GRECI
SPECIALITÀ PER LA RISTORAZIONE
NON SOLO BUONO
PalaStyle
Pala croccante fuori, morbida e alveolata dentro, lievitata 24 ore con lievito madre.
La Pizza Gourmet
PIZZABOOK 2.0
Un mondo di nuove idee per pizze speciali
#grecipizzabook
GreciXte
scarica subito l'app
App Store
Google play
Scopri su www.greci.com la ricetta Delle Murge con Friarielli e Cardoncelli
makia.it

www.scuolaitalianapizzaioli.it

I nostri corsi

Per iscrizioni
0421 83 148
info@scuolaitalianapizzaioli.it

AREA SVILUPPO E CONSULENZA
Antonio Puggina
David Mandolin

AREA TECNICA
Graziano Bertuzzo

COORDINAMENTO E SEGRETERIA
Cristina Mandolin
Donatella Dorigo
Patrizio Carrer
Caterina Orlandi

CAORLE

SEDE NAZIONALE

CORSI BASE IN PARTENZA
dal **5** *al* **9 ott.**
dal **9** *al* **12 nov.**
dal **14** *al* **18 dic.**

CORSI DI SPECIALIZZAZIONE

★ **dal 12 al 16 ott.** ALTA FORMAZIONE PER PIZZAIOLI
★ **19-20 ott.** PIZZA SENZA GLUTINE
con Federico De Silvestri

26 ott./16 nov. PIZZA IN PALA
27 ott./17 nov. PIZZA IN TEGLIA
28 ott./18 nov. PANE IN PIZZERIA

info 0421.83.148



GRAZIANO BERTUZZO MAURO PASINI e ANGELO SILVESTRINI

Lazio

ROMA - Ostia

CORSI BASE IN PARTENZA
dal **5** *al* **16 ott.**
dal **2** *al* **13 nov.**

info
06.56.99.232
347.49.68.426



GIANLUCA PROCACCINI

Campania

CAVA DE TIRRENI - Salerno
C/O Mediterranea Accademia Del Gusto

info
339.23.16.342



MICHELE CROCCIA

CORSI tenuti da MASTER ISTRUTTORI con Percorso Formativo Certificato

per le date dei corsi visita www.scuolaitalianapizzaioli.it

TURATE - COMO



info 340.42.57.917

MARIO SIGNORILE

ASCOLI PICENO



info 333.68.37.562

ADOLFO RASTELLI

CATANIA



info 320.06.06.297

EMANUELE SCIORTINO

ALBEROBELLO - BARI C/O

ISTITUTO ECCELSA



info 080.246.1249

ROSA CASULLI

GENOVA



info 329.91.17.077

ROBERTO DE SANTIS

RAVENNA



info 339.18.00.810

LUIGI TIMONCINI

BELLUNO



info 339.33.43.905

LUCA GACCIONE

L'AQUILA



info 339.79.19.152

GIULIANO BUCCI

PERUGIA



info 389.11.95.664

ALESSIO PACIOTTI

RIMINI



info 0541.39.42.31
347.97.19.204

PAOLO ROSSINI

PADOVA C/O SIRMAN



info 0421.83.148
347.68.10.71

FABIO SEBASTIANI

TRIESTE



info 339.73.61.243

MARCO LAVISTA

ALESSANDRIA



info 348.79.51.419

PAOLO ABBIATI

VERONA C/O ZANOLLI



info 347.69.96969

FEDERICO DE SILVESTRI

LA SPEZIA



info 328.31.44.633

RICCARDO LA ROSA

TERAMO



info 339.68.15.179

GIANNI POMPETTI

PISTOIA - C/O PALA PIZZA GIMETAL







info 0421.83.148

SANDRO BATZELLA ALESSANDRO GATTI PINO FERRARO

TRENTO



info 345.91.57.187

ALESSANDRO CIVETTINI

NORMA - LATINA



info 0773.35.46.21
328.66.83.860

FILIPPO MARINI

CORSI *in altre* **CITTÀ D'ITALIA**



info 0376.655.737

IVAN SANFELICI

SPONSOR TECNICI

GIMETAL · Latteria Montanari · GRECI · le 5 Stagioni

COLLABORAZIONI

info 0421.83.148

MODENA c/o · BRESCIA c/o Forni Ceky · PADOVA c/o SIRMAN · VERONA c/o zanolli, c/o Marana Forni · PISTOIA c/o GIMETAL · FIRENZE Reggello c/o Valoriani · TREVISO c/o Cuppone · ROMA c/o Castelli · MANTOVA c/o oem, c/o Sanfelici · SALERNO c/o Lamberti food

CORSI *all'* ESTERO

Scuola Italiana Pizzaioli svolge la propria attività all'estero attraverso la collaborazione con affermati ed esperti professionisti che operano nei più importanti mercati della pizza.

Anche in caso di nuove sedi, l'affiancamento iniziale dei nostri Master Istruttori garantisce che il metodo di insegnamento e l'attenzione alla qualità complessiva dei corsi sia la stessa che si può riscontrare sul mercato italiano.

Qualora foste interessati all'apertura di Scuola Italiana Pizzaioli in un paese estero, e ritenete di avere le qualifiche adeguate, potete contattare il nostro staff per un colloquio conoscitivo.

Francia

PARIGI
GINO JASKULA
info (0033) 61.60.43.892
(0039) 0421.83.148

CHAMONIX
VALERIO COMMAZZETTO
info (0033) 68.39.03.069
(0039) 0421.83.148

Polonia

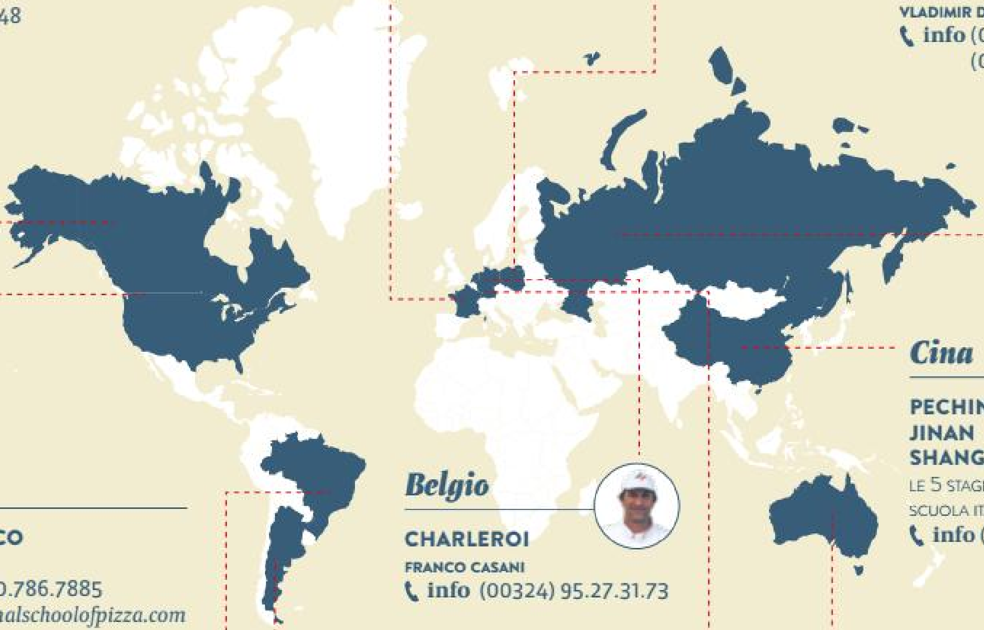
POZNAN
c/o FORNO ITALIA
info (0048) 885.101.141
www.fornoitalia.pl
www.scuolaitaliapizzaioli.pl

Canada

TORONTO
REMO TORTOLA
info (0039) 0421.83.148

Russia

MOSCA
VLADIMIR DAVYDOV
info (007) (495) 783.90.58
(007) (967) 170.12.30
www.pmqrus.ru



Cina

PECHINO
JINAN
SHANGHAI
LE 5 STAGIONI ACADEMY CON SCUOLA ITALIANA PIZZAIOLI
info (0086) 185.1860.5274

Usa

SAN FRANCISCO
TONY GEMIGNANI
info (001) 510.786.7885
www.internationalschoolofpizza.com

CHICAGO
LEO SPIZZIRRI
info (001) 630.395.9958
www.pizzaculinaryacademy.com

Belgio

CHARLEROI
FRANCO CASANI
info (00324) 95.27.31.73

Germania

FRANKFURT
c/o LA BOTTEGA TOSCANA
info (0039) 0421.83.148
www.labottegatoscana.de

Australia

MELBOURNE
MARIANO DE GIACOMI
info (0039) 0421.83.148

PERTH
THEO KALOGERACOS
info (0039) 0421.83.148

MARGARETH RIVER
IVAN ZECCA
info (0039) 0421.83.148

Brasile

CURITIBA
HENRIQUE CAVAZZOTTI
LE 5 STAGIONI ACADEMY CON SCUOLA ITALIANA PIZZAIOLI
info (0055) 41.99.91.89.778
www.le5stagioniacademy.br
www.scuolaitaliana pizzaioli.com.br

Argentina

BUENOS AIRES
APPYCE
LE 5 STAGIONI ACADEMY CON SCUOLA ITALIANA PIZZAIOLI
info (0054) 4954-0065
javierlabake@escuelaappyce.com.ar
www.escuelaappyce.com.ar



laNapoletana 2.0
APPROVATO
VERA PIZZA
Napoletana
APPROVED
MULINO DALLAGIOVANNA
Club Italia
MOLINO DALLAGIOVANNA
FAR FARINA DAL 1832
ITALIA
Iscriviti sul nostro sito all'area **Dallagiovanna Plus**
ed accedi a contenuti esclusivi!


vitella
MODELLO 15 DIVISIONI
150/360 gr - 2700 pz/h
MASSIMA PRODUTTIVITÀ PER LA TUA PIZZERIA
Le spezzatrici arrotondatrici Vitella aiutano in modo significativo **il mondo dell'arte della pizza**, dando al pizzaiolo moderno la possibilità di velocizzare la produzione oraria nella pesatura e nella formatura delle palline. Con una sola macchina, in modo semplice e veloce, si ha la possibilità di dividere una porzione di impasto in più pezzi e successivamente arrotolarli, ottenendo un risultato straordinario in pochi secondi.
VITELLA srl
BAKERY, PIZZA AND PASTRY EQUIPMENT
Schio (VI) ITALIA - tel. +39 0445 575262
sales@vitellasrl.com - **vitellasrl.com**